الإعلام والتنمية

. د أحمــــد شـــاهـــين

.أ صلاح محمد عبد الحميد

آية

(يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِن جَآءَكُمۡ فَاسِقُۢ بِنَبَإٖ فَتَبَيَّنُوٓاْ أَن تُصِيبُواْ قَوۡمَۢا بِجَهَٰلَةٖ فَتُصۡبِحُواْ عَلَىٰ مَا فَعَلۡتُمۡ نَٰدِمِينَ)

الحجرات 6

المقدمة

إذا كانت الدول النامية قد تباينت في السبل والوسائل التي سلكتها واستخدمتها لتنمية مجتمعاتها وفقا لما توافر لديها من إمكانات وقدرات متاحة بشرية ومادية إلا أن القاسم المشترك الأعظم في هذا الاتجاه، هو إحساس هذه الدول بضرورة تطوير مجتمعاتها من الحالة التي هي عليها إلى وضع أفضل وأحسن.

وليس ثمة شك في أن ذلك لم يكن ليتم في معزل عن الإحساس بأن الحاجة تدعو إلى وجود مجموعة من الأبنية المترابطة والمتوازنة للقضايا الاجتماعية والاقتصادية والثقافية التي ينبغي أن يحكمها تخطيط علمي شامل ومتكامل، لتطوير المستوى الاجتماعي والتعليمي وزيادة نواتج الدخل الوطني ورفع المستوى الثقافي والصحي والإسكاني والبيئي، وقبل كل هذا وبعده المحافظة على القيم الدينية وتدعيمها من واقع البناء الديني (العقدي) الذي يقوم عليه هذا المجتمع أو ذاك.

ولأن التنمية، على هذا النحو، ضخمة ومتشعبة، فقد غدت الحاجة ماسة إلى وجود وسائل إعلام فاعلة ومؤثرة يصبح لزاما عليها، ومن ثم، أن تمارس تأثيرا على أفكار وآراء ومعلومات وسلوكيات المجتمع، بما يتفق وخطط التنمية، حتى أن ذلك أدى – كما يقول أحد خبراء الإعلام " إلى بروز الدور التنموي لوسائل الاتصال الجماهيرى."

ولما كانت التنمية تستهدف (الإنسان) في المقام الأول باعتباره المحرك لكل عناصر التنمية فإننا نستطيع أن نلمس دور تلك الوسائل في إعادة صياغة وتشكيل كثير من الأنماط السلوكية لدى مواطني الدول النامية.

إن هذا الكتاب يتحدث عن العلاقة بين الإعلام من جهة والتنمية من جهة أخرى، إذ يعرّف في البداية مفهوم التنمية، ثم يعرج بعد ذلك إلى تناول نماذجها المنتشرة في الدول النامية ويستعرض الانتقادات الموجهة إليها.

وفي شيء من التوسع نقدم لمحات من الاتجاهات الحديثة في دراسات التنمية والإعلام إلى أن نصل في النهاية إلى وضع تصور مقترح لعلاقة الإعلام بالتنمية.

المؤلف

الفصل الأول

وسائل الإعلام الجماهيرية وتأثيرها

وسائل الإعلام الجماهيرية

مع انتشار شبكة الانترنت العالمية خلال تسعينيات القرن الماضي، ترددت أصوات تقول بأن المسألة مسالة وقت، لتفسح الصحف المطبوعة الطريق أمام التوزيع الإلكتروني بالكامل، وبعد مرور سنوات على تلك التنبؤات ترددت أحاديث بين مغامري النشر الإلكتروني العرب تبشر بترك النشر الإلكتروني والعودة للنشر والتوزيع التقليدي، دون أي إيضاح لأسباب نجاح أو فشل تجربتهم تلك، أو عن عوائدهم المالية التي هي في الحد الأدنى تكاد تغطي التكاليف خاصة وأن نجاح أي مشروع إعلامي تجاري يعتمد بالدرجة الأولى على المبيعات، والاشتراكات والإعلانات التجارية، في الوقت الذي تقدم فيه الصحف الإلكترونية خدماتها في البلدان العربية بالمجان تقريباً، لأن الإعلان يكاد في الآونة الأخيرة يغطي بعض نفقات تلك المواقع الإلكترونية بشكل لا يمكن التعويل عليه لإنجاح أي مشروع إعلامي الكتروني تجاري . ولعل من أهم وسائل الإعلام الجماهيرية الدولية :

الصحافة المطبوعة تعد الصحف من أقدم وسائل الإعلام في العالم على الإطلاق، فقد سبقت منافستيها الإذاعة والتلفزيون بعدة قرون وللصحف خصائص تميزها عن سواها من وسائل الإعلام الجماهيرية، فالصحيفة لا تستطيع نقل الأخبار بتلك السرعة التي تنقلها بها الإذاعة، ولا يمكنها نقل وتقريب الواقع كما يفعله التلفزيون، ولكنها تقوم بذلك بشكل متميز جعل من الصحيفة جزءاً لا يتجزأ من حياة الفرد المتعلم في كل أنحاء العالم.

ويعتبر عام 1454م بداية ظهور الصحف بشكلها المعاصر، عندما اخترعت الطباعة عن طريق صف الحروف، وخدم هذا الاختراع المركز الرئيسي للسلطة في العالم المسيحي آنذاك، والمتمثل بسلطة الكنيسة، بينما تأخر استخدام هذه

الوسيلة الحديثة في طباعة الكتب والنصوص لعدة قرون في العالم الإسلامي بسبب التحريم الديني.

وخدمت المطابع الكنيسة في نشر مواضيع تهم الدين والدنيا، وأصبحت من عوامل الإصلاح الديني في العالم المسيحي خلال الفترة الممتدة مابين القرنين السادس عشر والسابع عشر، ونشرت المطابع روائع كتب القرون الوسطى، وكتب عصر النهضة بنسخ كثيرة، ووضعتها بمتناول الجميع بعد أن كانت حبيسة خزائن الكتب ونقلت أخبار التجارة والاقتصاد للتجار في كل مكان، ولعل المنشورات مجهولة المصدر والهوية التي لعبت دوراً كبيراً إبان الثورتين الفرنسية والأمريكية، من أبلغ الأمثلة على الدور الهام الذي لعبته الطباعة في تغيير العلاقات الإنسانية في المجتمع الإنساني المعاصر.

وحاولت الصحف بالتدريج أن تصبح حارساً للديمقراطية، بإتاحتها الفرصة للمرشح والناخب بالتعرف إلى بعضهما البعض دون اتصال مباشر، بل عن طريق انتقال الأفكار المنشورة على صفحاتها، وأصبحت من الوسائل الهامة التي يعتمد عليها التعليم في مختلف مراحله، وساعدت الصحف من خلال الإعلانات التي تنشرها على تصريف قدر هائل من السلع المنتجة في المصانع وإيجاد فرص العمل، وتوفير الأيدي العاملة للباحثين عنها.

وجاءت الثورة الصناعية للصحف مع مطلع القرن العشرين بالمطبعة البخارية أولاً، ومن ثم بالمطبعة الكهربائية، مما ساعد على خفض تكاليف طباعتها، وأجور الإعلانات على صفحاتها وزيادة عدد نسخها، مما ساعدها على الانتشار الواسع وتحولها إلى وسيلة اتصال جماهيري، رخيصة الثمن توزع أعداداً ضخمة من النسخ يعتمد عليها لنشر إعلانات مربحة للمنتج والناشر في آن معاً ومن الميزات الهامة الأخرى التي تنفرد بها المادة المطبوعة عن غيرها من وسائل

الإعلام الجماهيري، أنها تسمح للقارئ بالتكيف مع الظروف ومطالعتها في الوقت الملائم له، وإعادة القراءة كلما أراد، إضافة إلى أنها من أفضل الوسائل لمخاطبة الجماعات والشرائح الاجتماعية الصغيرة والمتخصصة.

الصحافة المسموعة (الراديو) تعتبر الإذاعة المسموعة من أفضل وسائل الاتصال الجماهيري قدرة على الوصول للمستمعين في أي مكان بسهولة ويسر متخطية الحواجز الجغرافية والسياسية والأمية، لأنها تستطيع مخاطبة الجميع دون تمييز وبغض النظر عن فارق السن ومستوى التعليم، ولا تحتاج لظروف وأوضاع خاصة للاستماع كما هي الحال بالنسبة للإذاعة المرئية (التلفزيون) حتى أنها أصبحت في بعض المجتمعات المتقدمة نوعاً من الوسائل الإعلامية التي يتعامل معها الإنسان دون اهتمام أو تركيز، كمصدر للترفيه أكثر من أنها مصدراً للمعلومات يحتاج للتركيز والاهتمام ومن الصعب جداً تحديد أصل الاختراعات العلمية التي أدت إلى ظهور الإذاعة المسموعة، التي تعتبر اليوم واحدة من أهم وسائل الإعلام الجماهيرية ففي الفترة من 1890 إلى 1894 اكتشف برافلي المبادئ الأساسية للمبرق اللاسلكي، ونجحت تجارب ماركوني التي أجراها خلال الفترة من عام 1894 وحتى عام 1899 عندما نجح في إرسال أول برقية لاسلكية عبر بحر المانش.

وتطورت الأبحاث العلمية بعد ذلك، حتى استطاع المهندس الفرنسي رايموند برايار، وزميله الدكتور البلجيكي روبير فولدا سميث، من إرسال واستقبال بث إذاعي عن بعد عدة كيلو مترات عام 1914، وتوقفت التجارب بعد ذلك بسبب الحرب العالمية الأولى، إلى أن عادت مرة أخرى إلى دائرة الاهتمام بعد انتهاء الحرب مباشرة .وبدأت أول البرامج الإذاعية اليومية المنظمة البث من ديترويا نيوز في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1920، وتبعتها بريطانيا التي نظم

فيها دايلي مايل أول برنامج إذاعي في نفس العام أما فرنسا فقد نجح الجنرال فيري من إرسال أولى البرامج الإذاعية عام 1921.

وتعتبر العشرينات من القرن العشرين فترة هامة في حياة هذا الاختراع الهام، الآخذ في التطور والتوسع .ورافقه في عام 1925 اختراع البيك أب الكهربائي، وفي عام 1934 اختراع التسجيل على الاسطوانات المرنة، وآلة التسجيل عام 1945، وتمكن الأمريكيان براتان وباردن عام 1948 من اختراع المذياع، الذي انتشر في الأوساط الشعبية اعتبارا من عام 1950وتبع هذا الاختراع عام 1958 اختراع اسطوانة التسجيل الستريو التي انتقل البث الإذاعي معها إلى مرحلة جديدة.

الصحافة المرئية (التلفزيون) بدأت أولى التجارب على إرسال الصور الثابتة باللونين الأسود والأبيض عن بعد في منتصف القرن التاسع عشر، وتطور هذا الاختراع حتى استطاع الألماني دي كورن من اختراع الفوتوتلغرافيا عام 1905، وجاء بعده الفرنسي إدوارد بلين، الذي طور الاختراع الأول وأطلق عليه اسم البيلينوغراف عام 1907 واستمرت هذه التجارب بالتطور مستخدمة وسائل ميكانيكية أولاً ثم راديو كهربائية، حتى توصل كلاً من الإنجليزي جون لوجي بيارد والأمريكي س .ف جنكيس إلى وسيلة إرسال تستعمل فيها اسطوانة دورانية منقوبة عام 1923 .وتكللت التجارب التي جرت خلال ثلاثينات القرن العشرين بالنجاح، حيث بدأ مركز أليكساندر بلاس البريطاني للتلفزيون بالبث التلفزيوني لمدة ساعتين يومياً عام 1936، وتبعه المركز الفرنسي في لاتوريفال ببث برامج تلفزيونية يومية عام 1938، وتبعتها الولايات المتحدة الأمريكية في العام التالي ببث تلفزيوني لجمهور كبير وأخرت الحرب العالمية الثانية البداية الفعلية لانتشار البث التلفزيوني للجمهور العريض حتى عامي 1945 - 1946 أي عقب انتهاء الحرب العالمية الثانية.

وبدأ في الخمسينات من القرن العشرين الانتقال التدريجي إلى نظام البث التلفزيوني الملون، وتبعه الانتشار العاصف للبث التلفزيوني بواسطة الدارات المغلقة، ومحطات التقوية الأرضية، إلى أن انتقل البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية مع تطور غزو الإنسان للفضاء الكوني الذي بدأ في نفس الفترة تقريباً وللتلفزيون فاعلية فريدة لأنه الوسيلة التي تعتمد على حاستي السمع والبصر في آن معاً، ويستحوذ على الاهتمام الكامل للجمهور، أكثر من الوسائل الإعلامية الأخرى، وخاصة في أوساط الأطفال واليافعين، وكشفت بعض الدراسات أن الصغار والكبار على حد سواء يميلون إلى تقبل كل ما يقدمه التلفزيون بدون مناقشة، لأنهم يعتبرونه واقعياً ويعلق في أذهانهم بصورة أفضل

والاختلاف بين التلفزيون والراديو، أن التلفزيون يحتاج لحاستي السمع والبصر وانتباهاً لا يستطيع المتفرج معه أن يفعل شيئاً آخر أثناء المشاهدة، في حين أن المستمع للإذاعة المسموعة (الراديو) يستطيع أثناء استماعه أن يقرأ ويمشي ويعمل ويقود سيارته، أو أن يستلقي مغمضاً عينيه سارحاً في خياله ومن المزايا التي يتميز بها التلفزيون عن سواه من وسائل الإعلام الجماهيرية أنه أقرب للاتصال المباشر، ويجمع بين الصورة والصوت والحركة والألوان، ويتفوق عن الاتصال المباشر بأنه يكبر الأشياء الصغيرة، ويحرك الأشياء الثابتة؛ وينقل الأحداث فور حدوثها، وبفارق زمني طفيف؛ ويسمح بأساليب متعددة لتقديم المادة الإعلانية، مما يضاعف من تأثيرها على الجمهور؛ وأصبح وسيلة قوية بين وسائل الإعلام الجماهيرية بعد أن دخل كل بيت، ووفرت له الأقمار الصناعية المنتشرة في الفضاء الكوني انتشارا عالمياً، مما زاد من فاعلية عملية التبادل الإعلامي والثقافي العالمي، وأصبح وسيلة تقارب بين الشعوب.

وهكذا نرى كيف تغير وضع الإنسان الذي عاش قديماً في مجتمعات صغيرة، محدودة العدد معزولة عن بعضها البعض، يصعب الاتصال فيما بينها ليأتي القرن العشرين ليغير الوضع تماماً لسببين أساسيين نلخصهما بنشوب الحرب العالمية الأولى (1914 - 1918(، والحرب العالمية الثانية (1939 - 19945)، وما تمخض عنهما من انتقال للقوات العسكرية عبر الدول والقارات وهذا بحد ذاته ساعد على تطوير وسائل المواصلات البرية والبحرية والجوية ومعها تطورت الطرق البرية والمائية والسكك الحديدية والموانئ البحرية والجوية وانتشرت وسائل الاتصال الحديثة، من تلغراف وتلفون وراديو وتلكس وفاكس وحاسوب (كمبيوتر) وبريد إليكتروني، ووسائل إعلام جماهيرية ، من صحف ومجلات وإذاعة وتلفزيون ممّا أحدث تغيرات جذرية على تصورات المواطنين في جميع أنحاء العالم، واتسع أفق الأفراد وإطارهم الدلالي بشكل لم يسبق له نظير بحيث لم يعد بالإمكان عزل الناس عقلياً أو سيكولوجياً عن بعضهم البعض لأن ما يحدث في أي بقعة من بقاع العالم، يترك آثاره على جميع الأجزاء الأخرى

وهكذا أصبح عالم اليوم قرية الأمس بعد أن اتسعت تصورات الفرد التقليدي القديم التي كانت تتسم بالبساطة عن واقعه وأصبح عليه أن يجاهد حتى يفهم الأخبار التي تغمره بها وسائل الإعلام الجماهيرية يومياً عن أحوال الأمم والشعوب الأخرى المختلفة الألوان والعقائد.

وخرجت وسائل الإعلام الجماهيرية بالتدريج عن إطارها المحلي لتصبح أداة اتصال وتواصل بين الأمم لها دوراً مرسوماً ومحدداً في إطار العلاقات الدولية وعملية التبادل الإعلامي الدولي، ودخلت ضمن الأدوات والوسائل التي تحقق من خلالها مختلف الدول والمنظمات الدولية والإقليمية والمحلية بعضاً من سياساتها الخارجية

وبالتدريج انتقلت المؤسسات الصحفية الدولية للعمل على نشر المبادئ والأفكار والمواقف والأخبار عن طريق وسائل الإعلام الجماهيرية المختلفة بغرض الإقناع والتأثير على الأفراد والجماعات داخل المجتمع، فعندما تخرج المؤسسات الإعلامية عن نطاق المحلية وتجتاز وسائلها الحدود الجغرافية والسياسية للدولة لنقل تلك المبادئ والأفكار والمواقف والأخبار لمواطني دول أخرى، لخلق نوع من الحوار الثقافي أو الهيمنة الثقافية، متجاوزة الحواجز اللغوية، تأخذ هذه المؤسسات الصحفية ووسائلها الإعلامية صفة الإعلام الدولي.

والإعلام الدولي جزء لا يتجزأ من السياسة الخارجية للدول المستقلة ذات السيادة، ووسيلة فاعلة من الوسائل التي تحقق بعض أهداف السياسة الخارجية لكل دولة داخل المجتمع الدولي وتخدم من خلالها المصلحة الوطنية العليا للدولة، وفقاً للحجم والوزن والدور الذي تتمتع به هذه الدولة في المعادلات الدولية، وتأثيرها وتأثرها بالأحداث العالمية المستجدة كل يوم؛ وخاصة عند نشوب أزمات سياسية أو اقتصادية أو عسكرية أو اضطرابات اجتماعية تطال تلك الدول، أو الدول المجاورة لها؛ أو تطال مناطق المصالح الحيوية للدول الكبرى في أنحاء العالم؛ أو في حال حدوث كوارث طبيعية وأوبئة، أو تهديدات للبيئة والحياة على كوكب الأرض.

وللإعلام الدولي دوافع متعددة، تنطلق من المصالح السياسية، والاقتصادية والعسكرية ، والاجتماعية ، والثقافية ، والإنسانية ، بما يتفق والسياسة الخارجية للدولة، وتنبع من المصالح الوطنية العليا للدولة، وتعمل من خلال هذا المنظور على تعزيز أو تعكير التفاهم الدولي والحوار بين الأمم، الذي أدى إلى خلق تصور واضح للدول بعضها عن بعض، مفاده التحول من النظام الثقافي القومي التقليدي المغلق، إلى نظام ثقافي منفتح يقوي هيمنة القوي أو يعزز التفاهم الدولي ويعمل على تطويره.

وكان لوسائل الإعلام الجماهيرية دوراً أساسياً في هذا التحول بعد التطور الهائل في تقنياتها خلال القرن الماضي والتي ساعدت على إحداث تغيير ثقافي واجتماعي واضح، رغم تضارب المصالح الاقتصادية والسياسية والصراعات الإيديولوجية المؤثرة في القرار السياسي اللازم لأي تقارب أو حوار دولي.

تأثير وسائل الإعلام

هناك بعض الدراسات الخاصة بتأثير وسائل الإعلام وبعض النظريات الخاصة بالتأثير وهناك نتائج بخصوص التأثير الذى نسب إلى التليفزيون والدش

فكلمة دش Dish والتى تطلق على هذا الجهاز الذى يستخدم لالتقاط البث التليفزيونى الوافد عبر الأقمار الصناعية ويسمى الفرنسيون الدش بارابول ودلالة هذه الكلمة الفرنسية أقوى من مجرّد صحن حيث تُترجم كلمة دش بالمصطلح الصحن اللاقط كما شاعت تسميته بأنه طبق لاقط فهناك تأثيراً سلبياً للبرامج الوافدة أن تستخدم كلمة قصعة لأن دلالة الكلمتين صحن وطبق ، دلالة إيجابية لاستخدام الكلمتين فى وضع الطعام ، بينما القصعة تستخدم لدى عامل البناء فى وضع الأسمنت ، ولكنها مستخدمة فى القرية لوضع روث البهائم ، إشارة إلى وجود برامج سيئة نرفضها وأخرى مقبولة وأخرى يمكن تقبلها والانتفاع بها ونحن نتحدث عنا عن تأثير التليفزيون ونقصد برامجه ، كذلك عندما نتحدث عن الدش فنحن نتحدث عن البرامج المتدفقة والوافدة التى تأتى عبره ولا نقصد التاثير الذى يهم الأطباء ويعرف القارئ ذلك أو ما يقصده المهندس عند تحديد مواقعه المحطات الأرضية للحفاظ على خط رؤية مستقيم بين الدش والقمر الصناعى الذى يخدمه سواء وضع الدش لى سطح المنزل أو فى شرفته ، أو فى محطة أرضة عملاقة لابد أن تكون بعيدة عن العمران بمسافة تسمح بتوفير خط الرؤية المستقيم للهوائيات التى قد نحتاجها مستقبلاً مع هذا الاستخدام المتزايد للأقمار الصناعية فى مجالات متنوعة الأهم من ذلك هو الحفاظ على البيئة من التلوث الإشعاعى الذى نعرف خطورته على الإنسان

فلوسائل الإعلام دور وظيفي بالنسبة للمشاهد وخاصة التليفزيون ، أما لانترنت هذه الوسيلة الالكترونية الحديثة نسبياً وبوصفه وسيلة فردية – جماعية وتفاعلية تنافس بخصائصها وبشدة وسائل آخرى سبقتها وأرسخ منها في القدم لخصائص تتميزبها هذه التقنية الحديثة

الدراسات الخاصة بتأثير وسائل الإعلام

عندما نتحدث عن تأثير التليفزيون فإننا نقصد تأثير برامج التليفزيون أو برنامج معين وخاصة إذا وضعنا نصب أعيننا أن الوسيلة هى الرسالة كما يقول مارشال ماكلوهان ، وهذا يعنى أننا نتناول تأثير مشاهدة التليفزيون على المستوى الصحى أو الاحتياطات الواجب مراعاتها عند الجلوس أمام الشاشة الصغيرة ، وأن نتناول أيضاً بالمناقشة نتائج الدراسات التى أشارت إلى وجود علاقة بين مواعيد وعادات تناول الوجبات وخصوصاً وجبة لمساء ونوعية الطعام من جانب وبين مشاهدة التليفزيون من جانب أخر ، وبين الوقت الذى يقضيه الفرد فى مشاهدة التليفزيون وطريقة الجلوس أمام الشاشة من جابن وبين السمنة والعمود الفقرى وألام الظهر والإبصار

الاعتقاد بأن لوسائل الإعلام تأثيراً مباشراً[1]:

ساد الاعتقاد بفترة ما أن لوسائل الإعلام تأثيراً مباشراً مثله مثل حقنة التخدير ، مثله مثل الرصاصة وأن وسائل الإعلام يمكنها أن تؤثر على الرأى العام وسمعنا عن سياسة القطيع ومصطلح قادة الرأى وحارس البوابة وما شابه ذلك من مسميات دلالتها تشير ولو من بعيد وبشكل غير مباشر إلى وجود ثمة تأثير لوسائل الإعلام

(1) Cantrel . The Invasion from Mars : A Study in the Psychlogy of Panic .. OP . Cit

من البرامج التى ساعد التحليل السطحى لنجاحها فى المرحلة الأولى لدراسات التأثير على تأكيد الاعتقاد بأن لوسائل الإعلام تأثيراً مباشراً على جماهيرها البرناج الذى قدمته الفنانة الأمريكيّة كات سميث فى أعقاب الحرب العالمية الثانية ولكن الاعتقاد بان لوسائل الإعلام تأثيراً يرجع إلى تأثير البرنامج الإذاعى المشهوّر غزو من المريّخ والذى قدمه لورسون ويلز عام 1938 وتسبب فى إثارة الرعب والفزع لدى بعض المستمعين فى أمريكا والذين أخذوا البرنامج على إنه إذاعة مباشرة لحدث يقع فعلاً ، ونحيل القارئ المهتم بهذا الموضوع إلى الدراسة التحليلية لهذا البرنامج والتى قام بها كانتريل عام 1940 لمعرفة الجوانب النفسية والسسيولوجية التى يجب أن نتفهم فى إطارها تأثير هذا البرنامج

ومما يذكر هنا أن إذاعة صوت العرب قد قدمت فى الخامس من شهر فبراير عام 1962 برنامجاً يدخل فى إطار الخيال العلمّى على نمط البرنامج الإذاعىّ غزو من المريّخ وقد أثار برنامج صوت العرب الذعر هو أيضاً فى نفوس بعض المستمعين ، فقد اندفع بعضهم إلى الشارع يطلبون النجاة وأغمى على بعضهم بل وصل الأمر إلى درجة أن أحد الأفراد (موظف بالمعاش) قد أقام دعوى فى اليوم التالى لإذاعة البرنامج يطالب صوت العرب فيها بتعويض قدره 20 ألف جنيه لوفاة زوجته بالسكتة القلبية إثر سماعها لهذا البرنامج

أذيع هذا البرنامج على موجات صوت العرب فى الساعة العاشرة ليلاً حيث فاجأ مقدم البرنامج المستمعين بأنه سيذيع أنباء مهمة ، ثم ذكر ان كوكبّ المشترى اصطدم بكوكب الزهرة وأن نصيب بلادنا من التدمير سيحل بعد ساعة وذكر المذيع أيضاً أن نهاية العالم ستكون يوم الاثنين صباحه أو مساءه مما وضع الشائعة موضع التصديق لدى بعض المستمعين للبرنامج وانتشرت الشائعة من الذين استمعوا للبرنامج إلى آخرين حتى وصلت إلى شرطة النجدة

وفكرة البرنامج ربما كانت للسخرية ممن يتنبئون بموعد يوم القيامة وما أكثرهم ، ولذلك تخلل البرنامج عبارات ساخرة تؤكد أن مصادر أخباره وهمية وضاحكة مثل جاءنا من بيجو برس ووكالة دبوس جراف و"أبو لمعة يركب صاروخاً

وإذاعة هذا البرنامج بلا مقدمة خاصة به وبدون التنويه عنه مسبقاً وطريقة إذاعته والظروف التى أذيع فيها (والتى تردد فيها قرب موعد قيام الساعة) ومن أن القلوب كانت مرهفة والخوف يملأ بعض النفوس التى تتوقع فناء العالم واعتماد البرنامج على الإثارة بالعناصر المدعمة لها من تشويق وغموض كل ذلك ساعد على ظهور هذا التأثير غير المطلوب والذى لم يتوقعه القائم بالاتصال ولم يستعد له ويشابهه فى ذلك تأثير بث الفيلم التليفزيونى اليوم التالى على شاشات التليفزيون فى الولايات المتحدة الأمريكية

ومما يؤكد نتائج كانتريل فى دراسته لبرنامج "غزو من المريخ" من أنه توجد عوامل نفسية واجتماعية تتدخل فى تحديد التأثير المباشر لوسائل الإعلام ما حدث بالنسبة لبرنامج تم بثه على شاشة التليفزيون الفرنسى عام 1979 .

ففى العاشر من ديسمبر من ذلك العام ، حاولت القناة الفرنسية الثانية A2 تقدير برنامج من هذا النوع من برامج الخيال العلمى Fiction تم بثه فى الفترة الإخبارية عقب نشرة أخبار الساعة الثامنة مساءاً أى فى وقت الذروة بالنسبة للمشاهدة والمخصصة لتقديم تحليل للأحداث

وقد اختار معد ومذيعه البرنامج باتريك بوافر دارفؤر موضوعاً حول خبر مفاجئ هو الشرق الأوسط يتوقف عن ضخ البترول إلى الدول"الأوروبية

وبأسلوب البرامج الإخبارية فى التليفزيون الفرنسى استضاف البرنامج عدداً من المتخصصين فى هذا الموضوع ، متخصص فى شئون الشرق الأوسط وآخر فى البترول ورجل قانون وقام المذيع بعرض الموضوع وخلفيته وردود أفعال الخبر فى الدول الغربية مع مداخلات من ضيوف البرنامج كل فى دوره وردود أفعال بعض مشاهدى البرنامج

وقد ذكر المذيع مثلاً والذى كانت تصله من حين لآخر بعض أوراق وكأنها برقيات أو فاكسات أن الأخبار تأتيه تباعاً من وكالات الأنباء بردود أفعال الدول الأخرى ، وأن الولايات المتحدة الأمريكية قد اتخذت قراراً سريعاً وحاسماً بوقف إرسال شحنات الغلال والمعدات التى كانت متوجهة إلى منطقة الشرق الأوسط وأن سرقات الدراجات قد انتشرت فى إيطاليا

وقدا ستغرق بث هذا البرنامج نصف ساعة فى فترة من أهم فترات ذروة مشاهدة التليفزيون فى فرنسا ، وعقب نشرة أخبار القناة الثانية وفى الوقت المحدد لتقديم برنامج إخبار بعد نشرة الثامنة مساء ، وأدار الحوار فيه مذيع يعد المواد الجادة ويقدمها[1] وخصوصاً نشرات الأخبار والتحليلات السياسية

وبالرغم من التنويه فى بداية البرنامج وفى الصحافة المطبوعة إلى نوعية البرنامج بل وكان المسئولون يشيرون على شاشة التليفزيون فى ومضة الكترونية كل 70 ثانية فى الركن العلوى من الشاشة فى أثناء البث لهذا البرنامج إلى أنه من الخيال العلمى Fiction إلا أن تليفون هذه القناة قد سجل فى تلك الليلة عشرات المكالمات للاستفسار عن مدى جدية هذا الخبر وحقيقة الموضوع ، بل وصل الأمر بضعهم إلى قذف العرب بأقذع السباب ونعتهم بأقذر الصفات وحطها ، من

[1] يطلق على هذا النوع من الإعلاميين فى أمريكا اسم " الرجل الهلب " Anchor man

تلك التى تدخل صاحبها تحت طائلة القانون ، هو والقناة التى سمحت له بالتعبير عن كراهيته العنصرية للعرب

ووفقاً لما ذكرته الصحافة الفرنسية عن هذا البرنامج فيما بعد كان نصف المتصلين تليفونياً من الذين يكرهون العرب ولا يثقون فيهم وكان النصف الآخر يشكل أناساً غير سويين ، مروعين Affoles ومن كبار السن والذين يعيشون بمفردهم مع حيوان أليف بجوار المدفأة ، لذلك هزهم مضمون الخبر خصوصاً بسبب التوقيت الذى أذيع فيه البرنامج وطبيعة المناخ فى فرنسا فى شهر ديسمبر ومنهم أيضاً عنصريون متعصبون يكرهون العرب ويتصورون أنه يمكن أن يمتنع العرب عن تصدير البترول إليهم فى أى وقت ، خصوصاً وقد سبق اتخاذ هذا الموقف فى أكتوبر 1973 مما يفسر هذا التأثير المباشر للبرنامج

وعلى المستوى السياسى ، درس سرج شاختين Serge Tchakhotine الدعاية النا زية والتى تزعمها وزير الدعاية الألمانى جوبلز Gobbels واستخدم تشاخوتين الدعاية فى بناء نظرية حول "إمكان التحكم والتأثير فى الجماهير وعرض نظريته هذه فى كتاب بعنوان "اغتصاب"الجماهير

أما فيما يتعلق بالدراسات التى قام بها بول لازرسفيد Lazarsfeld وزملاؤه لمعرفة اتجاهات القراء خلال الحملة الانتخابية للرئاسة فى الولايات المتحدة الأمريكية بين روزفلت وويلكى Roosevelt & Wilkie فى الأربعينيات فقد كان لها أبلغ الأثر فى إعادة النظر فى الفكرة التى كانت سائدة عن التأثير المباشر لوسائل الإعلام

وبظهور التليفزيون وانتشاره جماهيرياً بدأت هذه الوسيلة الإعلامية الجديدة تحوز اهتمام الباحثين فى الدراسات الخاصة بتأثير وسائل الإعلام وبخاصة هذه الوسيلة الجديدة وذلك نظراً لخصائص التليفزيون التى يتميز بها

عن غيره من وسائل الإعلام الأخرى كان ذلك سبباً وراء الارتماء ثانية فى أحضان مدرسة شاخوتين للتأثير المباشر وخصوصاً بالنسبة للتليفزيون

قياس التأثير

والدراسات الخاصة بالتأثير يصعب إجراؤها للكشف عن أسباب هذا التأثير بالنسبة لوسائل الإعلام لأنها لا تجرى داخل معامل والتى تمكن الباحث من التحكم فى المتغيرات للقياس رد الفعل أو التغذية المرتدة ، فعند البحث عن تأثير وسائل الإعلام نحن لا نتعامل مع جماد أو مع قطعة حديد نحاول الكشف عن مدى تمددها بالحرارة عند تعريضها للنار بل نتعامل مع هذا الإنسان بكل مكوناته الفيزيقية الطبيعية والنفسية والاجتماعية والتى من الصعب معرفتها

ولكى نقوم بدارسة تأثير التليفزيون أو بأسلوب أدق دراسة تأثير برنامج تليفزيونى معين او أى وسيلة إعلامية أخرى فإننا نقوم بتحديد ما يطلق عليه "مالينوفسكى نقطة الصفر Le Point Zero وتفصل هذه النقطة بين الوضعين قبل التعرض للرسالة المراد معرفة تأثيرها وقياسه وبعد التعرض لها

وإذا كانت مثل هذه التجارب تنجح داخل المعامل فى العلوم الطبيعية وفى بعض الأحيان بالنسبة لحيوانات التجارب إلا أنها موضع شك فى العلوم الاجتماعية والإنسانية لأسباب كثيرة أهمها صعوبة تحديدا لمتغيرات وفصلها وفيما يلى توضيح لذلك

من الصعب جداً أن نشاهد نتيجة تأثير التليفزيون على المشاهد مثلما هو صعب أن نعرف تأثير المدرس على تلاميذه إذ أن التأثير فى كلتا الحالتين غير ملموس ولا يمكن أن نشعر به أو نحسه مباشرة بخلاف ما نراه أو نحسه مثلاً من نتاج عمل المهندس المعمارى أو جرار لحرث الأرض

فالنسبة للتأثير فى الحالة الأولى أى عندما نتحدث عن تأثير المدرس أو تأثير التليفزيون فإننا لا نرى ولا نتابع ما يحدث من تغيير تدريجى لدى التلميذ أو لدى مشاهد التليفزيون لأن حقل التجربة كما ذكرنا يقع داخل الإنسان بكل ما تحمله كلمة إنسان من معان ، حيث تمر عملية التأثير التى تحدث داخلياً فى خطوات معقدة نترك الحديث عنها الآن لوقتها ، وكل ما يهمنا معرفته هنا هو أن التأثير الذى يتم خلال عمليات داخلية هو تأثير معقد وخامل ولا يظهر بوضوح إلا أنه قد يظهر بعد فترة طويلة فى السلوك أو فى التفكير خاضعاً عندئذ لتعديلات متعددة

أما بالنسبة للحالة الثانية حالة المهندس المعمارى أو آلة الحرث أو الرى فإن حقل التجربة يكون شيئاً ملموساً وخارجاً عن الذات الإنسانية لذلك فإننا فى هذه الحالة يمكننا التعديل أو التغيير تحت بصرنا وكما يحدث تماماً داخل المعمل يمكننا قياس هذا التغيير الذى يحدث نتيجة عمل المهندس أو الجرار والتنبؤ بالتغيير التالى

بالنسبة لتأثير وسائل الإعلام فإننا نعرف مثلاً أننا نحصل على البرونز بخلط كمية من النحاس مع القصدير ولكننا لا يمكن أن نتنبأ مقدماً بتأثير برنامج يبث مثلاً على شاشة التليفزيون إلا أن هذا يمنع من التكهن بتأثير فورى متوقع والذى هو فى الغالب تأثير سطحى وعلى المدى القصير مثله مثل انتفاضة الساق إثر طق الطبيب على ركبة المريض ، فكما تشير هذه الانتفاضة إلى مرض الساق أو سلامتها فإن تأثير الرسالة الإعلامية يشير بالدرجة الأولى إلى خصائص التلقى ومقوماته أكثر مما يشير إلى خصائص الرسالة

إذا كنا نؤكد على أن التأثير المباشر تأثير سطحى فذلك يرجع إلى أننا نعده رد فعل مباشر ولا يعمل منفرداً ولكنه مرتبط بعوامل أخرى يعمل من خلالها

هذه العوامل التى تعمل من خلالها وسائل الإعلام تقوم بدور مهم فى عمليات الاتصال ويمكن أن طلق عليها اسم العوامل الوسيطة أو العوامل الدخيلة حيث نرى لزاماً أن نخصص لها دراسات قائمة بذاتها لأهميتها بل لخطورتها

لانذكر أن الفرد فى عصرنا الحالى يعيش فى جو مشحون بالإعلام وتطلق "ايفلين باتكل على هذا الغيث من الإعلام الذى يحاصرنا مصطلح Bombardement des messages حيث يغزوا الإعلام بطرقات متتالية نهاراً وليلاً بوسائل شتى وبصور متعددة ، من الملصق البسيط حتى الرسالة الالكترونية التى تبث على شاشات التليفزيون وعلى شاشات الحاسبات الالكترونية آتية عبر الأقمار الصناعية فيما يعرف باسم الانترنت وقد تصل هذه الرسائل إلى المتلقى بل وقد تؤدى الغرض التى صيغت من أجله الرسالة ولكن هل تأثير الرسالة الإعلامية يمكن أن يكون مباشراً ؟ سوف نرد على هذا التساؤل فيما بعد

العوامل التى تحدد فعالية الرسالة

كل ما نستطيع أن نؤكد عليه هنا هو أن الرسالة تمر بمرحلتين أساسيتين تحددان قوة فعالية هذه الرسالة أو تلك وهما

المرحلة الأولى وتشمل عملية وضع الفكر فى كود ففى ظل مناخ معين تتم صياغة رسالة محددة ويتم نقل هذه الرسالة من المرسل إلى المستقبل بالاستعانة فى حالتنا هذه بوسيلة إعلامية

المرحلة الثانية فهى خاصة بظروف استقبال الرسالة وإلى أن يتخذ المتلقى قراره بالنسبة لمحتواها وبالنسبة لمرسلها سواء باستجابة أو بالرفض Agir Ou ne pas agir.

وفى كلتا لمرحلتين واللتين يطلق عليهما بعض الباحثين جزئياً مرحلة وضع الفكر فى كود ومرحلة فك الكود فهناك عوامل عديدة كما ذكرنا من قبل تعترض طريق الرسالة وتحدد الأثر المتوقع من الرسالة الإعلامية فإن أهمية هذه العوامل تحتم علينا دراستها دراسة مستفيضة مستقلة

ولكن يجب أن نعلم أن هنالك من الباحثين من يحاول تحديد وعزل هذه العوامل أو هذه المتغيرات وتثبيت المتغير الواجب قياس تأثيره بغية الوصول إلى نتائج يمكن أن تنسب إلى هذا المتغير أو ذاك ، معتمدين فى ذلك على تطبيق الأسلوب الإحصائى بعملياته المتعددة

فعند قياس تأثير برنامج فى التلفزيون على المشاهد أو المقال فى صحيفة على القارئ أو تأثير إعلان لسلعة ما على المستهلك يجب أن نعلم أن مهمتنا جد صعبة وشائكة لأن المعروف أن تغيير أو تعديل السلوك يخضع للتجربة ذاتها ويتأثر بالعوامل الاجتماعية الأخرى التى يعمل من خلالها أى أن التأثير لا يخضع لمحتوى الرسالة فقط ولا لخصائص الوسيلة الإعلامية وحدها بل هناك عدة عوامل تتفاعل مع بعضها لكى تشكل فى النهاية التأثير الذى يمكن قياسه معملياً فإلى جانب محتوى البرنامج نفسه وخصائص الوسيلة ذاتها وظروف التعرض للرسالة هناك أيضاً ما يتعلق بالقائم بالاتصال والمستقبل أو ما يطلق عليه اسم الاميريك الكندى

خصائص التأثير العاجل والتأثير الآجل

إذا ما قيل أن هناك تأثيراً معيناً مباشراً لبرنامج ما فى التليفزيون أو فى الراديو أو لمقال فى صحيفة على سلوك الفرد أو الجماعة فإن هذا التأثير الفورى Immediate أى المباشر لن يدوم فهو فى الغالب تأثير قصير المدى سطحى وليس له نتائج ثابتة أو دائمة

ويجب أن نعلم هنا أن التاثير على المدى الويل أهم من وجهة النظر الاجتماعية والنفسية من التأثير العاجل . فمن خصائص التأثير الأجل هو التأثير على المدى الطويل ، والذى هو تأثير تراكمى وإن هذا التأثير أطول عمراً وأعمق أثراً إلا أنه لا يلاحظ من الوهلة الأولى ونحن نعرف المثل القائل" القشة التى قصمت ظهر البعيّر هذا التأثير التراكمى والذى اكتشف بعد فترة من ظهور وسائل الإعلام قد يكون هو السبب فى ظهور ثلاث مراحل للدراسات الخاصة بتأثير التليفزيون وخاصة تلك التى تتعلق بتأثير التليفزيون على الطفل

ومن الدراسات الأخرى التى اهتمت بتأثير التليفزيون تلك الدراسة التى توصل فيها "ولبور شرّام [1] إلى أن مشاهدة التليفزيون لفترة طويلة تساعد على زيادة المعرفة فى مجال الموضوعات المتصلة بالبرامج المذاعة وأغلبها برامج خيالية وترفيهية

كذلك عنى بالبحث فى هذا الموضوع مارشال ماكلوهان الذى يطلق عليه ماسم "نبى الاليكترونيات لاهتمامه بوسائل الإعلام الالكترونية فقد اهتم أيضاً بتأثير وسائل الإعلام وهنا يرجع "ماكلوهان"[2] إلى الماضى البعيد فيقول أن الهوة بين الثقافة اليونانية والثقافة الرومانية يمكن أن تكون بسبب استخدام ورق البردى فى العالم الرومانى لأن ورق البردى كما يقول قد عزز الثقافة البصرية أكثر من أى نتاج إنسانى آخر قبل يوحنا جوتنبرج مخترع الطباعة

[1] ولبور شرام وآخرون : ترجمة زكريا سيد حسن . التليفزيون وأثره فى حياة أطفالنا . الدار المصرية للتأليف والترجمة (د.ت) .

[2] المعروف أن وسائل الإعلام لدى ماكلوهان امتداد لحواس الإنسان .

دراسات تطبيقية

لتأثير وسائل الإعلام

دراسات خاصة بتأثير وسائل الإعلام فى أوروبا

من الدراسات الكلاسيكية التى ترجع إليها عند الحديث عن موضوع تأثير التليفزيون تلك الدراسة التى قامت بها "هيلدا هيملويت وزملاء لها على عينة من أطفال المدارس وحاول هؤلاء الباحثون فى دراستهم تلك تحديد آثار التليفزيون على النشء

وقد أشارت تلك الدراسة إلى أن التليفزيون ليس له أى تأثير ملموس على مستوى ذكاء الأطفال من العينة المدروسة ، ولكن الدراسة أظهرت أن أفضل التلاميذ فى العينة كانوا من المجموعة التى تشاهد التليفزيون كثيراً وقد أظهرت الدراسة أيضاً أن التليفزيون يشحذ ذهن الأطفال وأن من يشاهدون التليفزيون فى العينة هم أكثر الأطفال طموحاً ومبادرة

هذه النتيجة نرى أنها يمكن أن ترد على الطبقة الاجتماعية التى ينتمى إليها الأطفال ممن كان لديهم تليفزيون فى البيت فى الفترة المدروسة، ونأخذ على هذه الدراسة أنها كانت عامة وأنها أعطت أهمية لتأثير هذا الجهاز على المدى القصير القريب ، وأنها قللت من شأن تأثير هذا الجهاز على المدى البعيد وإن كانت الباحثة "جاديجا كوموروفسكا فى بولندا قد توصلت إلى نتائج مشابهة للنتائج التى توصلت إليها هيملويت فى انجلترا فى بداية انتشار التليفزيون فى انجلترا

وقد انصب اهتمام الباحثين عن تأثير لوسائل الإعلام فى فرنسا على دراسة تأثير التليفزيون أيضاً ومن الجدير بالذكر هنا أن "جاك موسّو الذى يهتم هو الآخر بدراسة تأثير التليفزيون على الطفل قد فاجأنا عام 1976 بقوله أن هذا الجهاز استحوذ على المشاهد ويترك بصماته عليه بل أنه يستطرد يقول أن التليفزيون يشكل الطفل وهو ما زال فى مهده

وبالرغم من النتائج التى توصل إليها البحثان ، البحث الذى طبق فى انجلترا والآخر الذى طبق فى بولندا فى بداية ظهور التليفزيون إلا أننا نأخذ بالرأى القائل بأن تأثير وسائل الإعلام على المدى الطويل أكثر أهمية من التأثير المباشر والذى يكون فى الغالب تأثيراً سطحياً إلا أن هذا الرأى لا يجب أن يجعلنا نتجاهل التأثير المباشر الذى قد تحدثه وسائل الإعلام مثل التأثير الإعلامى لمشاهدة فيلم اليوم التالى

قصة الفيلم التليفزيونى "اليوم التالى

نرجع هنا بالقارئ إلى الصحافة العربية ولأجنبية فى الفترة من 21 نوفمبر 1983 إلى فبراير 1984 ، حيث نشرت أن هذا الفيلم من إخراج "نيكولاس ماير وكتب حواره "ادوارد هيوم وأن الفيلم الذى استغرق إعداده أكثر من ثلاث سنوات وصلت تكلفته إلى سبعة ملايين من الدولارات وقد عرضت هذا الفيلم محطة ايه بى سى الأمريكية American Broadcasting Company واستغرق عرضه ساعتين وخمس عشرة دقيقة وذلك فى الساعات الأولى من يوم الاثنين الموافق 21 نوفمبر عام 1983 وشاهد الفيلم أكثر من 75 مليون مشاهد فى أمريكا

وقد بدأ الفيلم مصوراً للحياة العادية لعائلات تعيش فى مدينة لورانس سيتى الموجودة فعلاً على خريطة الولايات المتحدة الأمريكية بالقرب من كنساس

سيتى صوروا حياة أهل هذه المدينة بمشاكلهم اليومية العادية وفجأن يعلن التليفزيون على أهل هذه المدينة أن ألمانيا الشرقية قد أغلقت الحدود بينها وبين ألمانيا الغربية

ولما كان الناس قد اعتادوا الإثارة حتى فى نشرات الأخبار فإن الإثارة لم تعد تعنيهم أو تؤثر عليهم واعتادوا أن يروا الإعلانات عن سلع متنوعة ، قد تصور المشاهدون لهذه النشرة الإخبارية التى تضمنها الفيلم أن شبكة التليفزيون والتى يمكن أن تقوم وتقول أى شئ (كما حدث مثلاً فى الفيلم التليفزيونى شبكات Networks) أن الشبكة تروج مثلاً لحبوب مهدئة من نوع جديد أو لرحلة سياحية لتهدئة الأعصاب لدرجة أن الجنود لم يصدقوا ما أذيع حتى بعد أن أعلنت الشبكة النبأ الخاص بقطع العلاقات مع روسيا ، إلىأن انطلقت الصواريخ الأمريكية تجاه الاتحاد السوفيتى ووقف سكن مدينة لورانس يرقبون الأحداث. عندئذ بدأوا يعون ما يحدث ويتوقعون الرد السوفيتى المقابل فهرعوا يجمعون ما يمن الحصول عليه من السوبر ماركت وعاش الجميع فى حالة جنونية من الفزع بعد أن عرفوا أن روسيا تحتاج إلى 22 دقيقة فقط للرد على الصواريخ الأمريكية بالمثل مما جعل الجميع يتصرفون دون مراعاة للآخرين ، يدوس بعضهم بعضاً

واكتسحت الإشعاعات النووية التى حملتها الصواريخ الروسية كل شئ وحولته إلى دمار فى لورانس إلا بالنسبة لمن استطاع اللجوء إلى المخابئ التى أعدت خصيصاً لذلك تحت الأرض وعاش سكان مدينة لورانس اليوم التالى لهذا العدوان أشلاء تتحرك وسط الدمار وتلتقط صوت الرئيس الأمريكى هادئاً وقوياً من خلال موجات الراديو وهو يعترف للشعب الأمريكى بأنها تجربة قاسية إلا أن أمريكا قد انتصرت وأن مدينة واحدة هى التى تهدمت ولكن الولايات المتحدة ما تزال قوية وقادرة على مواصلة الكفاح من أجل الرفاهية الأمريكية والديموقراطية الغربية ولكن كل ذلك لا يهم هذه الأشلاء المتحركة فلا يعنيهم كثيراً أن

تبقى أمريكا أو أن تنتصر أو أن يبقى العالم كله، إذ كانوا فى عداد الموتى والفيلم كما ترى مطالبة صريحة للمسئولين والشعوب باتخاذ اللازم للحد من التسليح النووى ووق التسابق بين الدول لإنقاذ البشرية من الفناء

وعلى الرغم من أن هذا الفيلم غير السياسى كما تقول المحطة الباثة التى أذاعته إلا أنه أثار جدلاً واسعاً فى الدوائر السياسية الأمريكية وهاجم المؤيدون لسياسات الرئيس ريجان الفيلم ووصفه أحدهم بأنه يدمر سياسة الرئيس ريجان العسكرية وعد الفيلم هجوماً مباشراً على مفهوم السلام من خلال القوة

وقد أعرب اثنان من زعماء حركات السلام التى تدعو إلى تجميد الأسلحة النووية عن اعتقادها بأن الفيلم سيكون بمثابة دعم لمعارضى انتشار السلاح النووى والحركات المنادية بتجميده

وقد تلقى البيت الأبيض الأمريكى مكالمات تليفونية عديدة بعد عرض الفيلم مباشرة وحتى قبل عرضه تسأل عن مدى صحة أحداث الفيلم وعما إذا كان هذا ما سيحدث عند نشوب الحرب أم أنه مبالغ فيه

ومن الأشياؤ الجديرة بالذكر هنا ما قاله طفل فى الثالثة عشر من عمره " تصورت أن الفيلم خيالى فى بادئ الأمر ولكننى حين نظرت إلى والدى ورأيت مدى القلق المرتسم على وجهه فطنت إلى الحقيقة وهى أن الفيلم بما فيه من أحداث يصور ما سيحدث فى حالة الحرب" وهذا يؤكد للقارئ أن المناخ الذى يتم فيه استقبال الرسالة الإعلامية ينعكس على المتلقى وهو ما نطلق عليه عامل البيئة والذى يتدخل فى تحديد نوع التأثير الذى يمكن أن ينجم عن عملية الاتصال

ومما نسب إلى هذا الفيلم من تأثير أن بعض الفتيات قد أغمى عليهن واختلفت أنفاس بعض الرجال أثناء عرض الفيلم ، وصرخت بعض النساء رعباً

من الأهوال التى يصورها الفيلم ، والتى يقول عنها المتخصصون إنها أضعف وأقل كثيراً مما قد يترتب من جراء إلقاء قنبلة نووية كذلك أعرب بعض المتخصصين عن قلقهم من ظهور أعراض غير صحية على بعض الأطفال مثل التلعثم والتبول اللاإرادى والخوف والذى يفسره ما قاله أحد الأفراد بعد مشاهدته الفيلم يصف المشاعر التى انتابته أثناء متابعته للفيلم ، أنه شعر بجسده لا يقوى على الحراك وأسرع نبضه وتصبب عرقه وتملكه إحساس باليأس

والمشاهد هنا أن ما حدث من تأثير قد ظهر لدى بعض المشاهدين فقط وليس لدى جميع المشاهدين وكان تأثير مشاهدة الفيلم على سكان مدينة لورانس والذين توحدوا مع أحداث الفيلم الذى صور فى مدينتهم بل وشارك بعضهم فى أداء بعض أدواره أكثر مما حدث بالنسبة للمدن الأمريكية الأخرى التى كانت بعيدة عن الانفجار النووى الذى وقع على مدينة لورانس فى أحداث الفيلم والتى عاش أهلها ما يمكن أن يحدث لهم ولمواطنيهم فى حالة إلقاء قنبلة نووية على مدينتهم

ولكى نعرف أهمية تأثير هذا الفيلم على الشعب الأمريكى يكفى أن نقول أن الحكومة الأمريكية قامت بشن حملة مضادة لاحتواء الإثارة التى سببها الفيلم وقد اشترك فى هذه الحملة وزير الخارجية الأمريكى "جورج شولتز" و"كينيث أولمان" رئيس لجنة الرقابة على الأسلحة النووية وعدد من المسئولين الذين أكدوا على مساندة البيت الأبيض لسياسات الرئيس ريجان القائمة على السلام من خلال القوة وحاول الجميع فى هذه الحملة إظهار السوفيت على أنهم المعارضون لجهود ريجان الخاصة

ومن النتائج التى تهمنا فى دراستنا نتائج المسح الذى شمل الدولة بأكملها والذى أثبت أن الفيلم قد غير بعض الآراء حول احتمال قيام حرب نووية

بين الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد السوفيتى ، فقد ارتفعت نسبة الذين يعتقدون أن الحرب النووية لن تقع قبل عام 2000 من 32 قبل الفيلم إلى 35٪ بعد عرضه وذلك فى الاستفتاء الذى أجرته مجلة تايم الأمريكية

كذلك ارتفعت نسبة التى ترى أن الولايات المتحدة الأمريكية تفعل ما فى وسعها لتجنب مثل هذه الحرب من 37 إلى 41 إلا أن شعبية الرئيس الأمريكى رونالد ريجان قد انخفضت إلى 23.6 بعد عرض الفيلم بعد أن كانت 74 قبل العرض ، وفى استفتاء أخر انخفضت نسبة المعتقدين بإمكانية النجاة من الحرب النووية فى حالة وقوعها من 7٪ قبل العرض إلى 5٪ بعض العرض ، فكيف يمكننا تفسير هذه النتائج وتحليلها لمعرفة الأسباب التى تختفى وراء هذا التأثير المباشر لفيلم من أفلام الخيال العلمى

لا شك أن نفوس المشاهدين كانت مهيأة ومستعدة لقبول وتصديق أحداث الفيلم وذلك لأسباب متنوعة وعديدة نذكر منها

- إلقاء قنبلتين ذريتين على هيروشيما ونجازاكى فى اليابان فى نهاية الحرب العالمية الثانية عام 1945 يجعل الإنسان يعتقد أن من الممكن حدوث هجوم نووى فى أى لحظة خصوصاً من قبل القوى العظمى الأخرى ضد الولايات المتحدة الأمريكية

- قد تشتعل هذه الحرب بطريق الخطأ وهذا أمر محتمل الحدوث بين لحظة وأخرى إذا عرفنا أنه فى عامى 1978 – 1979 ذكر فى التقرير الرسمى المقدم للكونجرس الأمريكى أن أجهزة الإنذار التى تراقب أى هجوم نووى من قبل الاتحاد السوفيتى سجلت حوالى 147 إنذاراً كاذباً ولكن كان هناك فسحة من الوقت تسمح بتحليل الإنذار ومراجعته على أجهزة أخرى قبل اتخاذ أى إجراء مضاد ، وهذا يعنى أنه حتى فى حالة ضبط الأعصاب والرغبة التى يمكن أن تكون

أكيدة لدى القوتين العظمتين فى عدم استخدام رؤوس نووية فى أى حرب يدخلان فيها فإن أى بلاغ أو إنذار كاذب لا يسمح الوقت بالتحقق من صدقه ، أو يصعب تحليله لكشف زيفه كفيل بإطلاق صاروخ يحمل رأساً نووية

- يمكن أن تنطلق صاروخ بطريق الخطأ أيضاً من المسئول عن أزرار التحكم فى قاعدة إطلاق الصواريخ

- كذلك يمكن أن تندلع هذه الحرب النووية بقار متهور ينفرد به واحد من صانعى القرار

- معنى ذلك أن الردع النووى وهو خط الدفاع الأخير لحماية الإنسانية من الحرب النووية لا يمنع من وقوع هذه الحرب عن طريق الصدفة

- واكب عرض الفيلم فى أمريكا فشل المفاوضات الأمريكية الروسية للحد من التسليح النووى وزيادة الخوف من خطر قيام حرب نووية

- ازدادت فى تلك الفترة وارتفعت أصوات الحركات المناهضة للسلاح النووى والدعوة إلى تجميد الأسلحة النووية وقامت المظاهرات المطالبة بإنقاذ البشرية من هذا السباق المخيف لهلاك الحياة

- انتشرت الحروب الإقليمية فى جنوب شرق أسيا وفى أفغانستان ولبنان وجرز الفوكلاند وسقطت طائرة كورية

- انتشرت الصواريخ المتوسطة المدى الأمريكية على مستوى أوروبا

- جو الإثارة الذى واكب وأعقب عرض الفيلم والذى وصل إلى حد الإعلان حالة الطوارئ فى المستشفيات الأمريكية قبل عرض الفيلم بدقائق لكى تستقبل حالات الإغماء التى سوف تترتب على مشاهدة الفيلم وعقدت ندوة بعد عرض

الفيلم ناقشت احتمالات وآثار وقوع حرب نووية لتخفيف الأثر الذى قد يكون الفيلم قد تركه لدى المشاهدين مع تخصيص عدة دوائر تليفونية للرد على الأسئلة التى يطرحها المتصلين بشبكة التليفزيون عقب مشاهدة الفيلم

- نصائح علماء النفس والاجتماع والتربويون بعد مشاهدة الفيلم لمن هم أقل من الثانية عشر دون مرافق ،بل وامتدت هذه النصيحة لتحذر من مشاهدة الفرد الفيلم بمفرده لكى يشعر بالاستئناس

- كذلك ناشد منتجو الفيلم والذى تكلف سبعة ملايين دولار الآباء والأمهات منع أطفالهم من رؤية هذا الفيلم لما يثيره لديهم على المستوى العصبى والنفسى كما ناشدوا مرضى القلب وضعيفى الأعصاب عدم مشاهدة الفيلم تجنباً لما قد يسببه من آثار

- كذلك طلب "انطونى البارذو" مستشار المدارس بمدينة نيويورك من المدرسين توجيه النصح لتلاميذهم بعدم مشاهدة الفيلم بدعوى أنه مجرد فيلم من أفلام الرعب والإثارة واشترك علماء التربية مع المدرسين وعلماء السياسة وعلماء الاقتصاد وعلماء النفس والإعلاميون وعلماء الاجتماع وغيرهم فى التحذير من تأثير هذا الفيلم

- ومما يذكر أن مجلة تايم الأمريكية قد أشارت إلى أن الفيلم كان له تأثير أكبر على الشباب تحت الخامسة والعشرين ، والذين قاموا بمظاهرات تندد بسياسة ريجان وتنادى بالحد من التسليح النووى فى الأيام التى تلت عرض الفيلم على شاشة التليفزيون هؤلاء الصغار الذين لمستهم الحرب شخصياً والذين رفضوا فكرة الاشتراك فى الحرب فى استفتاء كان قد أجرى فى أمريكا منذ سنوات ، قد فهموا من الفيلم أن الحرب ممكن أن تندلع فى لحظة ما فى أى مكان على سطح الكرة الأرضية وخروج الشباب الأمريكى الذى يمتلك القنبلة النووية

يمكننا تفسيره فى ضوء مقولة ماكلوهان الشهيرة بأن العلام قد أصبح أشبه بالقرية الصغيرة ، أى أننا نرى فى خروج هؤلاء للتنديد بالحرب النووية انتماءهم إلى العالم أكثر من انتماءهم القومى ، الذى ثبت ضعفه من خلال الاستفتاء السابق ذكره ، والذى أفصح عن رفض بعض الشباب الأمريكى الاشتراك فى حرب فيتنام والذى نشاهده أيضاً من بعض الشباب فى فرنسا يرفض مبدأ التجنيد ويستبدله بالخدمة المدنية خارجا لوطن بالعمل فى مجال التدريس أو الطب أو خلافه فى أى دولة نامية يوجه إليها من قبل الدولة .

مما سبق يمكننا أن نحدد ثلاثة عوامل قد يكون لها دور فيما نسب لفيلم اليوم التالى من إثارة الرعب والفزع فى نفوس المشاهدين فى الولايات المتحدة الأمريكية

- محتوى الفيلم والذى رأينا فن فى الإمكان حدوثه وقد حدث تلك بالفعل سنة 1945 والذى لعب الإخراج دوراً فى تجسيده إلى درجة تقتر من الواقعية بالنسبة لبعض المشاهدين على الأقل ، كما أن معدى الفيلم قد اعتمدوا على تقرير رسمى أصدره الكونجرس تحت عنوان "الآثار التى تترتب على الحرب النووية
- خصائص الجمهور الأمريكى الذى شاهد الفيلم وتأثر به ولم يتأثر به من شاهده من المصريين
- التوقيت الذى أذيع فيه الفيلم والذى قد يكون السبب فى خروج المظاهرات فى دول أوروبية عديدة تندد بالسلاح النووي

دراسات خاصة بتأثير وسائل الإعلام فى مصر

فى عام 1974 توصل الأستاذ فتحى يونس من خلال دراسته للغة الأطفال إلى أن وسائل الإعلام وخاصة التليفزيون قد ظهرت بوادر تأثيرها فى أحاديث الأطفال.[1] وإذا سألنا المدرسين ونظار المدارس، لقالوا لنا أن التلاميذ خاصة فى المراحل الأولى من التعليم يرددون ويتغنون فى أوقات فراغهم فى المدرسة بإعلانات التليفزيون وهذا التأثير ليس بجديد بالنسبة لنا فما زالنا نتذكر إعلاناً كان يذاع فى الخمسينيات عن طريق الراديو (قبل دخول التليفزيون مصر) فكان يردده التلاميذ فى المدراس الثانوية وإن كان هذا الإعلان غير موسيقى إذا قسناه بالإعلانات الملحنة والراقصة مثل شوف العقد ويالال كوكاكولا واديها بيبسى أما الإعلان الذى نقصده فكان أحذية باتا ظريفة خفيفة لطيفة .

فى عام 1985 لوحظ أن محصلة الطفل فى عينة عشوائية من تلاميذ الدارس الابتدائية والإعدادية قد دخلتها مفردات جديدة من الصعب تصور أن يكون لها مصدر أخر غر التليفزيون، وكذلك بالنسبة لخياله الذى تبوح به الرسوم، وكانت هذه الملاحظة بداية الاهتمام برسوم الأطفال حيث انطلق فى أثناء حرب تحرير الكويت لمعرفة تأثير التليفزيون على الطفل وخرج من الدراسات السابقة بوجود ثمة تأثير للتلفزيون على مخيلة الطفل وعلى الصور التى يكونها الطفل عن العلاقات الاجتماعية داخل الأسرة والمدرسة وعن الرموز السياسية بالنسبة للعراق على الأقل

ومن خلال دراسة أجرتها الدكتورة انشراح الشال عام 1976 كانت قد توصلت كما توصل الباحثون فى هذا المجال إلى ان التليفزيون بوصفه وسيلة إعلامية يساعد على التدعيم أكثر مما يساعد على التعديل والتغيير

[1] فتحى يونس . الكلمات الشائعة فى كلام تلاميذ الصفوف الأولى من المرحلة الأولى . رسالة دكتوراه غير منشورة . كلية التربية . جامعة عين شمس . 1974 .

يخضع تأثير التليفزيون لعدة عوامل أخرى أهمها فهم الرسالة الإعلامية ويتوقف فهم الرسالة كذلك على الموقف الاجتماعى الذى تستقبل فيه الرسالة على الموقف الاتصالى كما يتوقف بطبيعة الحال على قدرة المستقبل على الفهم بأسلوب أخر يمكننا القول بأن فهم الرسالة الإعلامية والذى يترتب عليه نسبياً تحديد مقدرتها على التأثير يرتبط ارتباطاً طردياً وإيجابياً مع المستوى الثقافى للفرد وهى نتيجة منطقية خلافاً لما يقوله بعض الباحثين من أن تأثير وسائل الإعلام مثله مثل تأثير حقنة التخدير مثل تأثير الرصاصة والتى لا تخطئ الطريق وتلمس فوراً تأثيرها ، أو ما أطلقوا عليه اسم التأثير المباشر والفورى لوسائل الإعلام والذى تحدثنا عنه

وهنا نقول لهؤلاء أن حقنة التخدير هذه التى يشبهون بها تأثير وسائل الإعلام بتأثيرها لا يختلف اثنان فى أن تأثير حقنة التخدير هذه يختلف من شخص لأخر ولما كنا قد ذكرنا قبلاً أن من طبيعة الإنسان أنه متغير فإن تأثير هذه الحقنة يختلف بالتأكيد بالنسبة للفرد الواحد فى فترات عمره المختلفة ، فى صحته وفى مرضه سواء كان هذا المرض مرض عضوياً أو مرض نفسياً ، هذا إلى جانب عوامل وسيطة أخرى تلعب دوراً هنا كل هذه العوامل وغيرها تؤثر فى مقدر المخدر الذى يجب أن يحقن به الطبيب مريضه وكم سمعنا عن حالات لم تتحمل إبرة التخدير والنتيجة معروفة

أما بالنسبة للقائلين بأن وسائل الإعلام تأثيراً مباشراً فإنه يمكن الرد عليهم بسؤالهم هل هذا التأثير لوسائل الإعلام ظاهرة عامة لدى الجميع ؟ الوضع يختلف بطبيعة الال من فرد لأخر حيث نأخذ فى الحسبان هنا كافة

العوامل الديموجرافية والنفسية والاجتماعية والإيديولوجية والعقدية. وهذا ما دعانا لرفض كلمة من أصل لاتيني لتعريف هذه وسائل الإعلام وهي كلمة Mass في المصطلح Mass Media [1] الذي استخدم من قبل بعض المهتمين بوسائل الإعلام في تسمية هذه الوسائل وكلمة Mass تستخدم في المطبخ الإسباني للدلالة على أن التجانس قد تم بالنسبة للعجين الذي يعد لعمل خبز أو ما شابه لذلك ترفض المدرسة الفرنسية هذه الكلمة في هذا الموضع ، حيث ترى أنها أمام جماهير متعددة تتشكل من أفراد كل منهم له كيانه المميز والمنفصل عن الآخرين فهل يمكن أن يتصور هؤلاء وجود تأثير موحد من الذين يتعرضون لرسالة ما من أي وسيلة من وسائل الإعلام مما يترتب عليه رد فعل موحد منهم جميعاً في سلوك موحد في الوقت نفسه ؟

---

[1] كلمة Media كلمة لاتينية وهي صيغة جمع لكلمة Medium وهي تعني وسيط ولكن كلمة media دخلت القاموس الفرنسي والتي تم تعد تستعمل حاليا عند الحديث عن الوسيلة الإعلامية ، ويدق في استخدام صيغة الجمع اللاتينية لها Media عند الحديث عن الوسيلة الواحدة ويتم جمعها بحرف S في نهايتها مثل غالبية الأسماء في اللغة الفرنسية ، ولعل أشهر استخدام لكلمة Medium كان في مقولة ماكلوهان المشهورة Tht medium is a massage .

النظريات الخاصة

بالتأثير الإعلامى

فى عام 1960 نشر كلاير نتائج موجة جديدة من الأبحاث فى كتابه الخاص بتأثير وسائل الإعلام [1] وقد احتوى هذا الكتاب على نتائج حوالى 1000 دراسة ذكر أسماء 27 منها فى المراجع

ومن أهم النتائج التى ذكرت فى كتاب كلاير كان إعادة النظر فيما سبق اعتقاده بسبب التحليل السطحى لبعض الدراسات والتى أعطت أهمية كبرى لتأثير وسائل الإعلام كما أشارت هذه الدارسة أيضاً إلى أن وسائل الإعلام لا تعمل منفصلة ولكنها تعمل من خلال عوامل وسيطة

وفى عام 1970 ظهر كتاب ملفن دى فلوّر عن نظريات الاتصال وفى هذا الكتاب حاول المؤلف أن يميز بين أربعة عوامل يمكن اعتبارها نظريات هامة لتأثير وسائل الإعلام والتى يمن أن ننظر إليها على أنها أهم العوامل الوسيطة التى تلعب دوراً فىت حديد تأثير الرسالة الإعلامية:وهى

- الاختلافات الفردية Individual Differences
- الطبقات الاجتماعية Social Categories
- العلاقات الاجتماعية Social Relationships
- القيم الثقافية Cultural Norms

[1] The Effects of Mass Communication OP.cit - Klapper

الاختلافات الفردية

تشير الاختلافات الفردية إلى الاستعدادات وخصائص الفرد النفسية التى تؤثر فى عملية الاتصال ويظهر تأثير هذه الاختلافات الفردية بوضوح من خلال العمليات الانتقالية المتعددة من أهمها

- انتقاء التعرض
- انتقاء المضمون
- انتقاء الفهم
- انتقاء التذكر
- انتقاء القرار

الطبقات الاجتماعية

يرى "دى فلور أن الطبقات الاجتماعية هى انعكاس للاختلافات الفردية السيكولوجية فهناك خصائص مشتركة بين الأفراد يمكن أن تنظمهم فى جماعات ولها خصائص معينة هذه الجماعات قد تستجيب لمضمون وسائل الإعلام والتى يهتم فيها الباحثون بخصائص هذه الجماهير من حيث العوامل الديموجرافية الجنس والسن ومستوى التعليم وكيفية تعاملها مع الوسال المختلفة بل إن المعلنين يعتمدون على هذه الدراسات للتخطيط لحملاتهم لمعرفة خصائص الأفراد المعجبين ببرامج معينة وأسباب تفضيلهم لهذه البرامج ومدى تأثير ما يشاهدوه فى تغيير عاداتهم واتجاهاتهم وأذواقهم

العلاقات الاجتماعية

مفهوم العلاقات الاجتماعية لدى دى فلور يحيلنا إلى النظرية الخاصة التى تقول بأن الاتصال يتم على خطوتين Two – Step Flow of Communication التى اظهرتها الدراسات التى اجريت فى جامعة كولومبيا تحت إشراف لازرسفيد بأن تأثير وسائل الإعلام وخاصة فيما يتعلق بتبنى الأفكار المستحدثة Innovation لا يصل إلى الجميع مباشرة بل يقتنع بها أولاً قادة الرأى Opinion Leader وهم يقومون بنقلها للاخرين

وقد أظهرت البحوث التى قامت بها جامعة كولومبيا فى أمريكا أهمية التأثير الشخصى إلى جانب تأثير وسائل الإعلام ، وهذا يجعلنا نتفق تماماً مع ولبور شرام باعتبار هذه البحوث المشار إليها من الدراسات التى تهم علماء الاجتماع

وقد بنى لازرسفيد وزملاءه نظريتهم الخاصة بالعلاقة بين قادة الرأى ووسائل الإعلام بعد دراسة ميدانية فى بنسلفانيا وايرى وذلك أثناء الحملة الانتخابية فى الأربعينيات وقد اتضح من دراستهم تلك أن وسائل الإعلام يمكنها أن تؤثر فى بعض الأفراد وهؤلاء يمكنهم بدورهم التأثير فى أفراد آخرين واعتبر الباحثون الجماعة الأولى قادة الرأى وهم أكثر احتكاكاً وتعاملاً مع وسائل الإعلام المختلفة ، وعن طريق الاتصال الشخصى يقوم قادة الرأى بنقل الأفكار الجديدة إلى الأفراد الآخرين أى أن تأثير وسائل الإعلام أو بأسلوب أدق التدفق الإعلامى يمر على الأقل بمرحلتين

- من وسائل الإعلام إلى قادة الرأى
- من قادة الرأى إلى الآخرين

وقد اتضح من دراسات جامعة كولومبيا أيضاً أن تأثير وسائل الإعلام ليس مباشراً بل إنه يخضع لعدة عوامل منها العمليات الانتقائية التى سبق الإشارة إليها كما أثبتت هذه الدراسات أيضاً أن وسائل الإعلام تساعد على التدعيم كما أنها تساعد على التغيير

وقد استمر لازرسفيد وزملاءه فى دراسة نظرية تدفق الإعلام على خطوتين والتى اكتشفوها فى أثناء دراستهم لتأثير الحملة الانتخابية وحاول الباحثون الكشف عن هذه النظرية فى نواح ومجالات أخرى مثل الذهاب إلى دور السينما وشراء الطعام والملابس وذلك للكشف عما إذا كان التأثير الشخصى أقوى أم تأثير وسائل الإعلام ، هذا وقد استخلصوا من دراساتهم تلك أن التأثير الشخصى أقوى من تأثير وسائل الإعلام التى كانت موجودة وقتها صحف ، ومجلات وكتب ، وراديو

ولقد حاولت الدراسات التى أجريت بعد ذلك عن التدفق الإعلامى فى خطوتين أن تحدد من هم قادة الرأى وما أهم خصائصهم ومن أهم هذه الدراسات الرائدة تلك التى قام بها إلياهو كاتز Katz ونشر نتائجها عام 1957 ومن أهم النتائج التى توصل إليها هذا البحث والتى يمكن أن تفيدنا فى الدراسات الاجتماعية للإعلام أن قادة الرأى ينتمون إلى الجماعات الأولية للأفراد الذين يؤثرون عليهم فقد يكونون من العائلة نفسها أو زملاء فى العمل أو أصدقاء وهو ما ظهر مثلاً فى دراستنا عن "المخدرات والشباب ودور وسائل الإعلام إلا أن قادة الرأى هؤلاء يتميزن عن الآخرين ببعض الخصائص أوهمها التعرض لوسائل الإعلام ولمصادر المعلومات كما سبق أن ذكرنا

وقد تزامنت الدراسات التى اهتمت بتأثير وسائل الإعلام واهتمام الدول المتقدمة صناعياً بالدول النامية بحجة رفع مستواها الاقتصادى والصحى لهذه

الأخيرة . وقد يفسر ذلك سبب اهتمام علماء الاجتماع الريفى مثلاً بنتائج تلك الدراسات التى ساعدتهم فى تحديد الأسلوب الأمثل الذى يمكن أن يتبعوه لنشر الأفكار الجديدة من أجل تبنى سلوكيات أفضل سواء فى المجال الزراعى أو الصحى أو خلافه

ومن أهم الدراسات التى تنتمى إلى هذه المدرسة والتى أجريت فى مصر نذكر الرسالة التى تقدم بها محمود عودة للحصول على درجة الدكتوراه من قسم اجتماع كلية الآداب – جامعة عين شمس والتى نشرها فى كتاب صدر عن دار المعارف عام 1971 بعنوان أساليب الاتصال والتغير الاجتماعى دراسة ميدانية فى قرية مصرية

القيم الثقافية

لا ينظر دى فلور إلى القيم الثقافية على أنها نظرية ثابتة لكنه يعتبرها مجموعة من الفروض البديهية وتشكل القيم الثقافية قواعد وقوالب وأنماطاً للسلوك يفرضها المجتمع قبل أعضائه ويقبلها منهم

ويسود الاعتقاد أن وسائل الإعلام يمكنها أن تقوم بتعديل سلوك الأفراد بل وتغييرها لكى يتلاءم هذا السلوك والقيم الثقافية السائدة فى المجتمع ، وأن وسائل الإعلام يمكنها أن تعلم الطفل بل والبالغين أيضاً القيم الواجب اتباعها واحترامها داخل المجتمع وذلك من خلال التمثيلية والأغنية وأفضل من البرامج المباشرة إلا أن هذا لا يمنع من أننا نجد هناك من يحذر من التأثير المضاد لوسائل الإعلام وخاصة التليفزيون على القيم الثقافية داخل المجتمع

الدور الوظيفى لوسائل الإعلام

بالرغم من أن هناك من قد يرى أن وسائل الإعلام هى تطور طبيعى وأن التعرض له يحدث تلقائياً دون أسباب محددة وبغير إعمال فكر أو تدقيق والذى قد يظهر فى البحوث الميدانية عند الإجابة عن أسباب شراء جها التليفزيون بانه قد اشتراه لأنه لا يريد أن يكون أقل من الآخرين ، إلا أننا ننظر إلى هذا الموضوع من الناحية الفسيولوجية مثل نظر الاقتصاديين إلى بعض السلع بأن هناك وظيفة أساسية وهى التى تختفى وراء الأسباب التى تجعل الفرد يقبل على شراء سلعة

ووظيفة أو وظائف أخرى تظهر بعد عملية الحيازة ، ولنأخذ السيارة مثالاً لذلك فالفرد قد يلجأ إلى شراء السيارة لكى يتمكن من الذهاب إلى عمله فى موعده متجنباً زحام المواصلات ومشاكل سيارات الأجرة وبحلول السيارة فى حياته تظهر لدى صاحبها حاجات ثانوية أخرى قد تصبح فى حكم الحاجات الأساسية فيما بعد ، عند استخدام السيارة مثلاً لقضاء عطلة نهاية الأسبوع خارج المدينة أو الذهاب إلى نزهات فى ليالى الصيف أو الخروج إلى الحدائق العامة فى الهواء الطلق بعد يوم عمل شاق ونقيس على ذلك سلعاً أخرى متعددة فى حياتنا العادية وإن اختلفت نوعية الحاجات التى تشبعها

وبالنسبة لوسائل الإعلام تختفى الوظيفة الأساسية هنا أيضاً وراء أسباب شراء أو حيازة الوسيلة ، فإنه بالنسبة للصحيفة مثلاً قد نجد بعض الأشخاص يشترونها لمعرفة الأسعار فى البورصة المالية ، أو لتفقد صفحات الوفيات أو لقراءة الصفحة الرياضية أو لمعرفة برامج التليفزيون بل إن بعض الأفراد لا يهمهم من الصحيفة سوى قراءة باب الحظ قبل بداية أعمالهم الروتينية اليومية او حل الكلمات المتقاطعة

هكذا تختلف الوظيفة الأساسية للصحفية كما نرى تبعاً لعدة متغيرات أهمها الاختلافات الفردية بين شخص وأخر والجماعات التى ينتمى إليها وقيمه الثقافية

ولكن الفرد الذى يتخذ قراره بشراء الصحيفة لتلبية حاجة أساسية لنوع معين من المعرفة فإلى جانب باب الحظ فى صحيفته المفضلة فإنه يقرأ أبواباً أخرى وموضوعات لم تكن تدخل اهتماماته الشخصية ، وذلك بطريق الصدفة البحتة لمجاورة بابه لمفضل الذى يهوى الإطلاع عليه فى الصحيفة أو تلبية لغريزة حب الاستطلاع ومن باب العلم بالشئ أو لملء فراغ يعانى منه

الفصل الثانى

تكنولوجيا الإعلام فى الدول النامية

التدفق الإعلامى
وتكوين الرأى العام

إن منطق النظريات العلمية في المجالات الإنسانية المختلفة يعتمد على مجموعة عوامل مشتركة تنبع من بيئة الإنسان ومجموعة المنبهات والاستجابات التي تتكون استجابة لها وقد استوعب الإنسان إنسانيته بعد أن تمكن مع مرور الزمن من تشخيص العوامل البيئية والاجتماعية والنفسية المحيطة به، وطور اللغة ومفرداتها لأن اللغة في شكلها الأول وبطبيعتها البسيطة البدائية كانت ضرورية لحياة الجماعة ولازمة أساساً لتكوين علاقات إنسانية بين أفرادها، ومع مرور الزمن تطورت اللغة المكتوبة وأصبحت ذاكرة للمجتمع الإنساني ومكنته من تنسيق جهود البشر وتوحيدها في مجرى مشترك، وجعلت من تداول الخبرة بين الأفراد والأجيال والمجتمعات أمراً ممكناً .

وبهذا المعنى الواسع أصبحت اللغة الأداة الرئيسية للاتصال بين بني البشر وتحولت إلى أداة فكر لتبادل الأراء والأفكار، وجاءت المطبعة لتفتح الطريق أمام الثورة الصناعية التي مهدت لها الثورة العلمية، وما أن دخل العالم القرن العشرين حتى صار يعيش ثورة شاملة شملت تقنيات الاتصال والإعلام وانحسرت المسافات الجغرافية أمام القدرات التكنولوجية لوسائل الاتصال الحديثة، وتم تسخيرها وتوظيفها لخدمة نقل المعلومات وتبادلها بين المجتمعات البشرية مما دعى حكومات الدول إلى إخضاعها لنظرياتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية مما دفع بعلماء الإعلام والاتصال لتأسيس نظريات إعلامية مستنتجه من النظريات السياسية الأوسع انتشاراً ومن تطبيقاتها العملية في مختلف المجتمعات المتقدمة من دينية ورأسمالية وتعاونية واشتراكية وهجينة أو خاصة بتميز عن غيرها.

ولا غرابة في أن يكون لإعلام الدول النامية قولٌ في هذا المجال سيما وأن هذه الدول ابتليت بأوضاع فرضتها عليها السياسات الاستعمارية، ونتج عنها ما تعانيه اليوم من حدة في الخلافات السياسية مردها الاستغلال للاقتصادي وتكريس التخلف التي انعكست بالنتيجة على فعالياتها الإعلامية ورغم ولوج عالم اليوم القرن الحادي والعشرين وانتشار العولمة مع تنامي عصر المعلوماتية ووسائل الاستشعار عن بعد المتطورة فإننا نلاحظ استمرار الدول النامية في تخبطها بمشاكلها الاتصالية والإعلامية الآخذة بالازدياد والصعوبة والتعقيد .

ويعتبر البعض أن الإعلام ما هو إلا ظل للسياسة في العملية الاتصالية اليومية وتطبيق للمناهج السياسية والاقتصادية والفكرية والتربوية والتعليمية والثقافية السائدة في هذا المجتمع أو ذاك، وأن وعي الإنسان لهذه العوامل الاجتماعية وتقديره للظروف الموضوعية والذاتية المحيطة به، يربطه ربطاً مباشراً بلغته القومية، لاسيما وأنها (أي اللغة) هي المعبر عن تقديرنا للواقع الموضوعي، ومع ظهور الوعي واللغة في المراحل الأولى لتطور المجتمعات البشرية، تمكن البشر من التواصل والاتصال ببعضهم البعض .

لماذا ؟ لأن اللغة تمنح الإنسان القدرة على استثمار المنجزات الثقافية والمعرفية المحققة، بعد أن أتاح العلم الحديث للغة ممكنات ووسائل متعددة للتعبير عن دقائق الأمور وصورها النظرية والتطبيقية لتلبي الحاجات الإنسانية ومع تعدد خصوصيات الحاجات الإنسانية وتنوع أساليب إشباعها من وجهة النظر الاتصالية عمد رجال الإعلام إلى وضع نظريات مناسبة تحسن الخطاب الإعلامي وتستخدم وسيلة الاتصال المتاحة لتجسيد المستويات الإعلامية والوظيفية المطلوبة، وهي:

- المستوى المعلوماتي الذي يتوسل باللغة لتوصيل المعلومات إلى المتلقي بأسلوب مباشر وبصياغة واضحة ودقيقة؛
- والمستوى الإقناعي وهو الذي يهدف إلى إقناع المتلقي ودعوته للالتزام أولاً ومن ثم تبني المضمون المعرفي المطروح أو الفكرة المقصودة أو الرأي المراد إيصاله ومن ثم تدعيمه عن طريق خلق قناعات معينة لدى جموع الجماهير العريضة؛
- والمستوى التعبيري الذي يدخل في باب فن الأدب المستخدم في وسائل الإعلام الجماهيرية المقروءة والمسموعة والمرئية التي أصبحت تستخدم الصور الثابتة والمتحركة زيادة في التأثير.

ومن النظريات الإعلامية السائدة حتى اليوم نظرية السلطة المطلقة ونظرية الصحافة الحرة؛ والنظرية الاشتراكية للصحافة؛ ونظرية المسؤولية الاجتماعية للصحافة؛ ونظرية المسؤولية العالمية للصحافة.

معيقات التدفق الإعلامي:

ويمثل الاستقلال السياسي للعديد من دول العالم أحد خصائص النظام الدولي الجديد الآخذ بالتبلور منذ العقد التاسع من القرن العشرين إثر انهيار المنظومة الاشتراكية والإتحاد السوفييتي السابق وتظهر الظروف العالمية الراهنة رغم ذلك اتجاه بعض الدول إلى تبني هيمنة وتأثير بعض الدول على النظام الدولي الجديد الآخذ بالتبلور، بينما تتجه دول أخرى إلى رفض تلك الهيمنة والتأثير عليها، إضافة للسعي الحثيث للعديد من شعوب المناطق المضطربة والداخلة ضمن الحدود السياسية لبعض الدول، للاستقلال والتمتع بالسيادة القومية على أراضيها.

وقد كان لمعادلة القوى تأثيرها على التبادل الإعلامي الدولي، كنتيجة للتقدم التكنولوجي والعلمي في مجال تقنيات الاتصال، وأصبحت الدول أكثر ارتباطاً وقرباً من بعضها البعض أكثر من ذي قبل، وأصبح للاتصال والتبادل الإعلامي الدولي دوراً متميزاً في العلاقات الدولية المعاصرة، خاصة فيما يتعلق بمكونات الشخصية القومية لمختلف الشعوب، وتشكيل وتوظيف السياسة الخارجية للدول، ووسائل السياسات الدولية بشكل عام، ويمثل عدم التوازن والتفاوت في عملية التبادل الإعلامي الدولي بين مختلف دول العالم أحد الأبعاد الهامة في السياسة الدولية

وهذا ما يؤكد أن التدفق الحر للمعلومات ليس أكثر من مجرد تدفق للمعلومات في اتجاه واحد، ومن أجل أن يصبح التدفق الإعلامي حراً لابد من تحقيق شيء من التوازن الحقيقي بين الدول.

وعدم التوازن في التدفق الإعلامي قد يحدث داخل دورة التبادل الإعلامي الدولي بأشكال مختلفة، مثلاً بين الدول المتقدمة والدول الأقل تقدماً والدول النامية؛ وبين الدول ذات النظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية المختلفة وبين الدول المتقدمة المنتمية لنفس المنظومة السياسية، وخاصة من حيث الإمكانيات العلمية والاقتصادية؛ وبين الدول الكبيرة والدول الصغيرة؛ وبين الدول النامية نفسها، مثال الدول الفقيرة ذات الدخل المنخفض، والدول الغنية ذات الدخل المرتفع، من عائدات الموارد الطبيعية مثلاً؛ وبين الأنباء المشجعة والأنباء السيئة.

وكل تلك الأشكال من حالات عدم التوازن، لا تقتصر فقط على التدفق الإعلامي والتبادل الإعلامي الدولي فقط، بل تتعداها إلى جمع وإعداد ونشر المعلومات لأغراض التطور العلمي، ونقل التكنولوجيا المتطورة الجديدة، وحاجات

الاقتصاد الوطني... الخ، مما يؤدي إلى اتساع الفجوة بين الدول المرسلة، أي منابع التدفق الإعلامي الدولي، وبين الدول المستقبلة، أي المستهلكة للمادة الإعلامية الدولية.

وقد دعت الدول المنتسبة لبعض التكتلات الدولية، كمنظمة الدول غير المنحازة، ومنظمة الوحدة الإفريقية، ومنظمة المؤتمر الإسلامي، والمنظمات الإقليمية كجامعة الدول العربية، ومنظمة تعاون دول الخليج العربية، ومنظمة آسيان، ورابطة الدول المستقلة، ومنظمة شنغهاي للتعاون، وروابط أوروآسيا الاقتصادية، وغيرها من المنظمات، إلى استقلالية وسائل الإعلام الجماهيرية الدولية، وإلى تحقيق نوع من التوازن في تدفق الأنباء والتخفيف من آثارها السلبية، ونادت هذه الدول بإقامة نظام عالمي جديد للتبادل الإعلامي الدولي ليحل مكان النظام القديم، من خلال بناء نظام دولي للاتصال أكثر حرية ومرونة، وأكثر عدلاً وفاعلية وتوازناً، نظام جديد مبني على أسس المبادئ الديمقراطية وتكافؤ الفرص بين مختلف دول العالم.

ويرتبط التدفق الإعلامي والتبادل الإعلامي ونظام المعلوماتية دولياً بمفاهيم متداخلة، مثل حرية الإعلام، والتدفق الإعلامي الحر، والتدفق الإعلامي المتوازن، والنمو الحر لوسائل الإعلام والاتصال .وهي ليست أكثر من شعارات براقة تستخدمها بعض الدول للتأثير على البعض الآخر من خلال طروحاتها عبر الإعلام الموجه، وهو ما تظهره بعض الصعوبات الناتجة عن التصرفات السياسية للبعض المهيمن التي تعيق حرية التبادل الإعلامي الدولي ويمكن تداركها بسهولة لو توافرت النوايا الحسنة عند أولئك البعض

ومن بين تلك الصعوبات أيضاً استخدام العنف الجسدي ضد الصحفيين والتشريعات القمعية، والرقابة المجحفة، وإدراج أسماء الصحفيين في القوائم

السوداء، ومنعهم من النشر، وحظر انتقال الصحف والمجلات والكتب ومنع استيرادها، وفي أكثرية الحالات منع تصديرها من قبل الدول المتقدمة خوفاً من تسرب تقنيات التكنولوجيا المتطورة إلى الخارج.

وقد استخدم مبدأ التدفق الإعلامي الحر كوسيلة سياسية في الصراعات القائمة سابقاً بين الدول الاشتراكية بقيادة الإتحاد السوفييتي السابق، والدول الرأسمالية المتطورة بقيادة الولايات المتحدة الأمريكية، إبان سنوات الحرب الباردة واستخدم كوسيلة اقتصادية من قبل الدول الغنية لتحقيق أهداف سياساتها الخارجية في الدول النامية، ولهذا رأت الدول النامية في مبدأ التدفق الإعلامي الحر، تأكيداً لسيطرة عدد قليل من الدول الصناعية المتقدمة على سيل المعلومات المتدفقة إلى الدول النامية، وأن حرية الإعلام تعني أن يكون تدفق المعلومات باتجاهين، تأكيداً للعدالة في التبادل الإعلامي الدولي وقد أدى مبدأ التدفق الإعلامي الحر عملياً إلى تدفق أحادي الجانب للمعلومات والرسائل الإعلامية والبرامج الإذاعية والتلفزيونية وبرامج الكمبيوتر والمنتجات الثقافية من الدول المتطورة صناعياً إلى الدول الصغيرة والأقل تطوراً والدول النامية، مما اعزز من سيطرة مراكز القوة في العالم وأحكم سيطرتها على عملية التدفق الإعلامي من الشمال الغني إلى الجنوب الفقير.

والتدفق الإعلامي باتجاه واحد الذي يعتمد على أنماط تاريخية وثقافية معينة، يؤثر حتى على بعض الدول الداخلة في إطار إقليم جغرافي واحد، إذ نرى في أوروبا أن بعض الدول تسيطر على سيل المعلومات المتدفقة من القارة الأوروبية وتتجاهل الإنجازات الضخمة والنجاحات التي حققتها بعض الدول الأوروبية الصغيرة أثناء بثها للمعلومات من خلال عملية التبادل الإعلامي الدولي.

وعلى هذا الأساس فإننا نستطيع استنتاج أنه هناك سيل جارف باتجاهين من المعلومات يجري بين شمال القارة الأمريكية والقارة الأوربية دون عوائق وهناك تدفق إعلامي باتجاه واحد، يتركز من شمال الكرة الأرضية إلى جنوبها يستقبل من خلاله العالم أكثر من 90 من المواد الإعلامية عبر لندن وباريس ونيويورك

ويظهر بوضوح عدم التوازن بإنتاج الصحف والمجلات والكتب والبرامج الإذاعية والتلفزيونية وغيرها من المواد الإعلامية، ونشرها وتوزيعها عبر الشبكات الدولية لوسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية، ويعكس في الوقت نفسه الوضع الحقيقي للتبادل الإعلامي الدولي وكانت ردة فعل الدول المتقدمة والمسيطرة على وسائل الاتصال وعملية التدفق الإعلامي، على مساعي مجموعة الدول غير المنحازة لتقوية وضعها في عملية التبادل الإعلامي الدولي غير مرضية.

لأن التدفق الإعلامي باتجاه واحد يعد انعكاساً لسيطرة النظم السياسية والاقتصادية للدول المتطورة ويؤكد دائماً تبعية الدول الأقل تطوراً والدول النامية للدول المتقدمة، من خلال تركيز وسائل الإعلام الدولية للدول المتقدمة على تصوير الأزمات والإخفاقات والصراعات والصدامات العنيفة والفشل في الدول النامية والأقل نمواً.

والتدفق الإعلامي عملياً هو رأسياً، بدلاً من أن يكون أفقياً كونه أحادي الجانب، يأتي من الأعلى من الدول المتقدمة، إلى أسفل إلى الدول الأقل تطوراً والدول النامية وهو ما يظهر معادلة القوة في التبادل الإعلامي الدولي في إطار العلاقات الدولية المعاصرة.

ومن الظواهر الواضحة في التبادل الإعلامي بعد التطور الهائل في وسائل الاتصال الحديثة، طرح المعلومات كسلعة تجارية وخدمات تتمثل في نقل وحفظ

واسترجاع البيانات والمعلومات، واحتلال الأنشطة التجارية حيزاً كبيراً من المساحة الإعلامية، وهو ما تظهره الصحف والمجلات والبرامج الإذاعية والتلفزيونية وبرامج الحاسب الآلي (الكمبيوتر) في القنوات والشبكات العالمية مما يقلل من القيمة الثقافية والاجتماعية لوسائل الإعلام الجماهيرية ، في إطار التبادل الإعلامي.

تكنولوجيا الإعلام

والبعد الثقافى للتنمية

بين سراب التنمية وحقيقة التبعية

من السمات التي ميزت (ولا تزال) المجتمع الدولي لما بعد الحرب العالمية الثانية بروز وسائل الإعلام كقوة فاعلة على صعيد العلاقات الدولية فقد شكلت تلك الحرب، والأولى قبلها، منعطفا حاسما في تاريخ تطور تقنيات الإعلام فبعد قرون من سيادة المطبعة بدأت بوادر الثورة الإعلامية الأولى مع اختراع الهاتف والتلغراف خلال النصف الثاني من القرن التاسع عشر؛ ثم مع ظهور آلات التصوير الثابت ثم المتحرك نهاية القرن ذاته؛ وأخيرا اكتملت الثورة باختراع واستعمال الإذاعة والتلفزة خلال النصف الأول من القرن العشرين.

ونظرا لخصوصيات هذه التقنيات من حيث تقليصها للمسافات وتأثيرها المباشر والغير المباشر على الأفراد والجماعات عبر العالم، إضافة إلى استعمالها كأسلحة سيكولوجية ولوجيستيكية خلال الحربين العالميتين المذكورتين وما بعدها، فقد اعتبرت من بين الأدوات التي تتحكم في العلاقات الدولية عموما، وفي علاقات الدول الغير المصنعة أو دول العالم الثالث في مواجهة الدول الغربية الصناعية على الخصوص التي وظفت تقدمها الإعلامي من أجل الحفاظ على هيمنتها السياسية والاقتصادية والثقافية طوال الفترة الممتدة من بداية الخمسينات وحتى الثمانينات من القرن الماضي.

وإذا كان هذا هو طابع تقنيات الإعلام خلال الثورة الثانية التي كانت تنعت بثورة الصناعات الثقافية، فإن بروز ما أصبح ينعت بـ"مجتمع الإعلام Société de l'information الذي يتميز بانفجار لا سابقة له في تكنولوجيا

الاتصال الحديثة يعد مؤشرا على دخول المجتمع البشري، والغربي منه على الخصوص، في خضم ثورة إعلامية ثالثة قوامها التطور الهائل الذي عرفته الاتصالات اللاسلكية التي تقوت بفضل الأجيال الجديدة من الأقمار الاصطناعية ، وظهور الأجيال الأولى ثم الثانية من الحواسب الإلكترونية، ثم المحاولات الأولى لربط هذه الحواسب لتشكل شبكة عالمية ستؤدي نهاية القرن العشرين إلى ظهور تكنولوجيا أو نظام "الأنترنيت Internet (أو شبكة الربط Interconnexion Network) وإضافة إلى البرامج (Logiciels) والمحتويات (أخبار، بنوك، معطيات، برامج اللعب والترفيه...الخ).

كل هذا يؤشر إلى الانتقال النوعي الذي عرفته المجتمعات المصنعة، كما أنه يبرز التحديات الجديدة التي ينبغي لمجتمعات العالم الثالث مواجهتها والتي تفرض عليها إيجاد أجوبة شافية للعديد من التساؤلات التي بدأت تطرح عليها من قبيل طبيعة التحولات الجارية وتأثيرها على المسار التاريخي لشعوب العالم الثالث بكل أبعاده الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية...الخ.

ونظرا لضيق المقام فإننا اخترنا التطرق إلى ثلاثة جوانب نعتقد أنها تمثل لب إشكالية الإعلام والاتصال بالنسبة للعالم الثالث وهي الإعلام والبعد الثقافي للتنمية، وإشكالية تملك دول العالم الثالث لتقنيات الإعلام والاتصال وأخيرا دور هذه الأخيرة في تعميق تبعية هذه الدول للغرب.

الإعلام والاتصال والبعد الثقافي للتنمية

من عواقب "تصادم الحضارات" الذي شكلته الحملات الاستعمارية، التي قادت الدول الرأسمالية الغربية إلى وضعية الهيمنة الحالي، بروز الفوارق الصارخة بين ثقافات الشعوب الغير الأوروبية والغير المسيحية-اليهودية وبين النظام الاقتصادي الذي دفع بجيوش وبتجار وبرهبان الدول الأوروبية بحثا عن كنوز

وثروات وأسواق القارات النائية وطوال الفترة الاستعمارية تشبعت الثقافات والشعوب الخاضعة بشتى الأنظمة التي أقرها المستعمرون لفرض سيطرتهم على مناطق نفوذهم في أمريكا (اللاتينية منها والهندية) وإفريقيا وأسيا وكانت تقنيات الاتصال من بين هذه الأنظمة.

وحينما بدأ الاستعمار المباشر في الاندحار كان أول تحدي واجهه القادة المحليون الجدد هو كيف يمكن لدولهم تلبية توقعات الشعوب الكبيرة في العيش في رخاء على النمط الغربي، وكيف العمل لمناددة الدول المصنعة واللحاق بركب "الحضارة و"التقدم .

تساؤلات كانت بسيطة ومحدودة؛ لكن الأجوبة كانت متعددة فقد اختارت بعض الدول طريق المستعمر ونظامه الاقتصادي، واختارت أخرى المذهب الاشتراكي على النمط السوفياتي الذي كان قد أثبت (إلى حين!) صلاحيته في روسيا التي استطاعت أن ترقى من مجتمع زراعي إلى صف القوة العظمى في ظرف وجيز نسبيا.

غير أن اتجاها ثالثا برز نهاية الخمسينات وبداية الستينات من القرن العشرين ليدعو إلى رفض الاتجاهين معا لكونهما لا يتناسبان وخصوصيات المجتمعات الغير المصنعة والمحكومة سياسيا واجتماعيا وثقافيا بقيم لا-مادية (أعرافا وديانات وقيما أخلاقية وعلاقات بيئية ...الخ) مختلفة تمام الاختلاف مع تلك التي تسود المجتمعات الرأسمالية وقد ساعد على ظهور هذا الاتجاه فشل مختلف التجارب التنموية الاقتصادية (أي المبنية على الاعتبارات الاقتصادية فقط) التي كانت تقلد أحد النموذجين المهيمنين الرأسمالي والاشتراكي الأوروبي وقد انعقد الأمل من جديد على مذهب العالم الثالث الذي قادته دول

وزعامات ومفكرون ينتمون إلى ثقافات غير رأسمالية كصين ماو زيدونغ، ومصر عبد الناصر، ويوغسلافيا تيتو، وفيتنام هو شي منه ...الخ.

وخلاصة المذهب أنه يقر بضرورة الاعتراف بعدم جدوى السعي وراء النماذج التنموية المذكورة والتي ثبت فشلها وبضرورة الاعتماد على القدرات الذاتية محليا وجهويا لدول العالم الثالث لاختراع أنماط بديلة للتنمية وقد أثبت مناصرو هذا الاتجاه أن نقل النموذج الغربي بتقنياته وقوانينه التنظيمية ومؤسساته السياسية شيء مستحيل بسبب التنافر الحضاري بين الجانبين ومنذ ذلك الوقت أصبح شعار دول العالم الثالث في صراعهم مع الغرب —وحتى في تناقضاتهم مع المعسكر الاشتراكي السوفياتي هو المطالبة بتنمية شاملة لا اقتصاديا فحسب، بل أيضا ثقافيا واجتماعيا (وحتى بيئيا في المراحل الأخيرة للنظام العالمي القديم) باعتبار أن التنمية ظاهرة مجتمعية شاملة لا يمكن تفعيل بعد من أبعادها دون تفعيل الأبعاد الأخرى بل يمكن القول، كما أكد ذلك علماء الاجتماع والأنتروبولوجيا أن التنمية هي بالأساس تغيير ثقافي أولا وبالتالي لايمكن تصور تنمية اقتصادية وصناعية دون تنمية ثقافية واجتماعية...الخ وبما أن تقنيات الإعلام والاتصال تعتبر أدوات نقل وتعميم الرموز والصور والقيم الثقافية الغربية التي أصبحت بعد الحرب العالمية الثانية تنعت بـ"الصناعات الثقافية فإن دول العالم الثالث بدأت تطالب بحقها في الحصول على، وفي مراقبة واستعمال ، هذه التقنيات طبقا لما تمليه عليها مصالحها الذاتية وخصوصياتها الثقافية والاجتماعية.

إشكالية تملك دول العالم الثالث لتكنولوجيا الإعلام

وهكذا واعتبارا للبعد الاستراتيجي للإعلام والاتصال في السياسات التنموية التي أصبحت الشغل الشاغل لدول وشعوب العالم الثالث فقد تمحور

الصراع السياسي والثقافي (أو الإيديولوجي) بين الدول المتزعمة لهذا المعسكر خصوصا وجل دول العالم الثالث عموما وبين الدول الصناعية المهيمنة على تكنولوجيا وصناعات الإعلام والاتصال التي دخلت مرحلتها الثانية كثورة تكنولوجية في الستينات والسبعينات من القرن العشرين كما أشرنا إلى ذلك أعلاه.

1 – لقد كانت حلبة هذا الصراع تتجسد في منظمة اليونسكو التي كانت المنبر الذي طالبت من فوقه هذه الدول بضرورة تمكينها من الحصول على تقنيات التواصل والإعلام والحد من هيمنة الدول الصناعية الغربية على تدفق المواد الإعلامية والتواصلية بما فيها من أخبار وبرامج تلفزية وأفلام ومعطيات ...الخ فكانت الدعوة إلى إقامة نظام إعلامي عالمي جديد (كولومبو، 1976) بموازاة المطالبة بنظام جديد أيضا في المجال الاقتصادي (الجزائر، 1973) وقد بدأت هذه المطالبات بالتبلور في شكل برامج وضعتها اليونسكو لتمويل المنشآت الإعلامية من مختلف جهات العالم الثالث ولتكوين الأطر اللازمة للإشراف عليها وتسييرها كما سعت هذه الدول إلى كسر احتكار الوكالات الغربية في مجال الإعلام بإنشاء "مجتمع وكالات أنباء دول عدم الانحيّاز سنة 1976 تحت إشراف الوكالة اليوغسلافية تانيوغ.

2 – غير أن كل التحركات الرامية إلى كسر الهيمنة الإمبريالية في المجال الثقافي والإيديولوجي كان ينظر إليها في عواصم الهيمنة الغربية، وخاصة الأنجلوسكسونية منها، نظرة المهدد في مصالحه وفي مستقبل سيطرته الإجمالية فكانت الحملة الشرسة من طرف اليمين المتطرف –الذي وصل إلى الحكم في بريطانيا (1979) وفي الولايات المتحدة (1980) ضد اليونسكو وضد مديرها العام السينغالي أمادو مختار مبو الذي ساند بكل قواه مطالب العالم الثالث

وكانت النتيجة انسحاب القوتين الإمبرياليتين وإضعاف اليونسكو ماديا وإجهاض مطالب العالم الثالث في التحرر الثقافي.

3 – وبحلول نهاية الثمانينات انفجر الوضع الدولي وتغيرت الأمور رأسا على عقب وبدأت آثار الأزمة الاقتصادية والسياسية للعقدين السابقين تظهر كما بدأت في الظهور عواقب الهجمة الليبرالية الشرسة؛ إذ تلاشى النظام الاشتراكي والمذهب العالمثالثي، وتوحد الاقتصاد العالمي تحت الهيمنة الرأسمالية، وظهرت إيديولوجيا جديدة تحت اسم "العولمة"، وأخيرا دخلت تكنولوجيا الإعلام مرحلة الثورة الثالثة بظهور ما يسمى بتقنيات الإعلام والاتصال الجديدة التي كرست بدورها قيام "مجتمع الإعلام".

4 – وبحلول هذه المرحلة الجديدة تبخرت آمال دول العالم الثالث في الوصول إلى أو المساهمة في الثورة الإعلامية الحالية فقد نفدت مصادر المساعدات الثنائية التي كانت تتيح لهذه الدول الحصول على التجهيزات الإعلامية بشروط غير مكلفة عندما كانت الحرب الباردة تبرر هذه المساعدات كما نضبت إلى حد كبير مصادر اليونسكو والاتحاد الدولي للمواصلات السلكية وبرنامج الأمم المتحدة للتنمية التي كان يعول عليها في نقل تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى الدول النامية وهكذا لم يبق أمام دول العالم الثالث سوى السوق الدولية المعولمة للحصول على هذه التكنولوجيا بكل ما يستتبع ذلك من استنزاف للموارد المالية التي أصبحت هي الأخرى شحيحة نتيجة برامج التقشف التي فرضتها المؤسساتالمالية الدولية وإذا كان البنك الدولي يحاول مؤخرا أن يساعد هذه الدول للوصول إلى شبكة الأنترنيت من خلال برامج من قبيل برنامج Infodev أو محاولته الأخيرة بتعاون مع SoftBank الياباني لمساعدات الشركات المبتدئة Up Start في مجال الأنترنيت فإن ذلك ليس إلا مساعدة لتجار وشركات الدول الغربية التي تغزو يوما بعد يوم الشبكة العالمية بإشهاراتها وتفاهاتها.

5 – وباختصار يمكن تلخيص خصائص أو رهانات "مجتمع الإعلام" فيما يلي:

أ . في الميدان الاقتصادي هناك هيمنة شبه مطلقة للدول الغربية والشركات الاحتكارية التابعة لها فسوق تكنولوجيا الإعلام والاتصال، إنتاجا واستهلاكا، تتركز في الثلاثي الرأسمالي المهيمن (الولايات المتحدة، الاتحاد الأوروبي واليابان) بنسبة 90 (والنسب لكل منها على التوالي هي 37٪، 29٪ و24٪) كما أن هذه التكنولوجيا تعرف معدلات نمو لا تعرفها القطاعات الصناعية التقليدية كصناعة السيارات أو الصناعات التحويلية أو صناعة المواد التجهيزية...الخ فخلال التسعينات الأخيرة بلغ معدل نمو قطاع الصناعات الإعلامية والاتصالاتية أزيد من 10 سنويا كما أن رقم معاملاته ارتفع من بعض عشرات الملايير إلى مئات الملايير من الدولارات ونسبة هذا القطاع في الناتج الإجمالي الخام للدول المتقدمة يزداد باستمرار أمام تراجع الأنشطة التقليدية التي أصبحت تصدر إلى العالم الثالث حيث اليد العاملة الرخيصة والأسواق الواعدة وخصوصا حيث الغياب الكامل لقوانين حماية البيئة .

وهناك مجال اقتصادي آخر يبدو أن التقنيات الجديدة ستؤثر عليه بشكل ملحوظ هو قطاع التجارة والتبادل عبر شبكة الأنترنيت أو ما يسمى "التجارة الإلكترونية وهي ظاهرة رأسمالية جديدة تهدد بالقضاء على المنافع المرجوة ، من تطور تقنيات الإعلام، وذلك في مجالات أكثر إنسانية كالبحث والتعليم والثقافة والصحة .الخ فبعد سنوات قليلة من انطلاق شبكة الأنترنيت أصبح النشاط التجاري يشغل حيزا يقارب الثلثين من استعمالاته حاليا، وذلك من فعل نشاط الشركات التجارية الغربية (يقدر مبلغ المبيعات عبر الشبكة العالمية حوالي 150 مليار دولار بعد أن كان لا يتجاوز مليارا واحدا سنة 1996).

ب. في الميدان السياسي يحمل "مجتمع الإعلام" في طياته بوادر علاقات جديدة بين الحاكمين والمحكومين بفضل الاتصال الفوري والمباشر، وأيضا بإمكانية التقليل من غلواء البيروقراطية ومن ضبابية أجهزة الدولة وأخيرا بالسماح للمجتمع المدني ومؤسساته بالمشاركة أكثر للدفاع عن مصالح المواطنين ومشاغلهم.

ج. وفي الميدان الاجتماعي يمكن لتقنيات الإعلام المساهمة في حل معضلات اجتماعية كانت لحد الآن مستعصية على الحل من مثل التقليل من الفوارق التعليمية بين الطبقات والأفراد، ومحاربة الآفات الاجتماعية والصحية التي تعجز المؤسسات التقليدية عن معالجتها (المخدرات، الجريمة، الأمراض المعدية .الخ).

د. وأخيرا لا بد من الإشارة إلى أن "مجتمع الإعلام" وتكنولوجياته رغم كثرة وعودها الآنية أو المستقبلية، فهي مع ذلك تبقى رهينة بشروط السلامة والأمن وضمان استمرارها في الخدمة فمعروف مثلا أن شبكة الأنترنيت لا تتوفر على مثل هذه الشروط: فهي عرضة لهجمات قراصنة "فضاء السيبر Cyber espace (أو "الهاكرز "Hackers) كما يدل على ذلك هجومهم الأخير على مواقع أكبر الشركات التجارية عبر الأنترنيت مثل Yahoo و amazone وeBaye كما أن انعدام هذه الضمانات يؤدي إلى عدم الثقة في المعطيات التي تكتسب من مختلف المواقع Sites التي يمكن التلاعب بها بسهولة وهذا رادع آخر لدول العالم الثالث ولباحثيه الذين يرجون من التقنيات الجديدة المساعدة على الوصول إلى المعطيات وبنوكها لسد عجز دولهم في ميادين البحث من أجل التنمية.

ويبقى مع كل هذا أن "مجتمع الإعلام بالنسبة لأربعة أخماس سكان الكرة الأرضية لا يعني شيئا كثيرا من ظل واقع أن هذه النسبة العالية من السكان لا تمثل إلا 10 فقط من إنتاج واستهلاك الصناعات الإعلامية، وأن مستواهم الاجتماعي لا يسمح إلا لأقلية قليلة جدا بالوصول إلى هذه التقنيات (حوالي 1٪ فقط) وأنه أخيرا لا يتوفر لهم من التجهيزات الاتصالاتية كالهاتف مثلا إلا بنسبة محدودة تتراوح ما بين 1 و5 خطوط لكل 100 نسمة مقابل 54 خطا في الدول الصناعية.

تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتعميق التبعية

من خلال هذا الطرح الموجز لإشكالية تملك (أو بالأحرى عدم تملك) دول العالم الثالث لتكنولوجيا الإعلام والاتصال يتضح مدى عمق الفجوة التي تفصل بين أغنياء الإعلام Inforiches وفقرائه Infopauvres كما أصبحت توصف أطراف العلاقات الدولية المعاصرة زمن العولمة ومجتمع التواصل وتذكر هذه الحقيقة بالماضي القريب لعلاقات الطرفين حينما كانت القوة والهيمنة والنفوذ مبنية على تعدد أفران المعامل وأبراجها، وعلى الكميات المستهلكة من الصلب أو الفحم أو النحاس ...الخ، حينها كان العالم الثالث يسعى لاهثا للحصول على المعامل وعلى المركبات عله يلحق أو يقترب من مكانة وقوة الدول المتقدمة اقتصاديا وصناعيا وعسكريا ... وفي سعيه ذاك أهدرت أموال وأزهقت أرواح وشوهت ثقافات ومحيت تقاليد اجتماعية وثقافية .

والسبب هو أن نماذج التنمية المعروضة على هذه الدول، الرأسمالية منها أو الاشتراكية-الأوروبية، لم تكن في الحقيقة إلا تكريسا وخدمة لاستمرار تقدم المتقدمين وتأخر المتأخرين وكان بديهيا أن الغرب لا يمكنه بتاتا نقل أية تكنولوجيا أو أية معرفة إذا كان في ذلك تهديد لسبقه أو مساس بثوابت

سيطرته لذلك كان يسمح بنقل الآلات والمواد والأجهزة وكان يسمح بنقل هذه الأخيرة ولكنه كان متمكنا ومهيمنا عبر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على ثقافات شعوب العالم الثالث (وإن كان بدرجات متفاوتة)، أي على مصدر الإبداع والخلق والاختراع فيها.

وباختصار كان العالم الثالث في تبعية ليست فقط اقتصادية وصناعية بل أيضا إعلامية وثقافية وتلك هي أخطر أنواع التبعيات وإذا كان هو الحال طوال النصف الأخير من القرن العشرين فإن تبعية هذه الدول تجاه الغرب وشركاته وتقنياته زمن العولمة ومجتمع الإعلام أصبحت تقترب من مرحلة الاكتمال ذلك أنه إذا كانت الدول التابعة في الماضي تستفيد من إمكانية "التراجع الاستراتيجي والاحتماء وراء الحدود الوطنية والقيام بالتجارب الإنمائية في مأمن نسبيا من التأثيرات الخارجية فإن العولمة ومؤسساتها (شبكات الاتصال ومؤسسات مثل منظمة التجارة العالمية ...الخ) لم تعد تسمح لأية دولة بالخروج عن الخط المرسوم من طرف ذوي القرار في البيت الأبيض أو البنتاغون أو وول ستريت .

وأصبحت بذلك التبعية سياسية واستراتيجية إضافة إلى أبعادها السالفة الذكر:

وأخيرا يمكن أن يضاف إلى هذه وتلك آخر أشكال التبعية التبعية الأمنية أو الوجودية فالاستعمال المتزايد لشبكات الاتصال سواء عبر الأقمار الاصطناعية أو عبر الإنترنت أصبح يشكل تهديدا أمنيا لا سابقة له فكل مستعمل لهذه القنوات سواء كان فردا أو جماعة أو دولة إلا ويجد نفسه تحت رحمة حراس الإمبراطوريات الغربية وخاصة منها الأنجلوسكسونية فقد ثبت مؤخرا أن هناك مراكز متخصصة في التنصت والتجسس ومراقبة كل المعلومات التي تنتقل عبر

شبكات الاتصال المذكورة تعمل على مدار الساعة واليوم والشهر والسنة لالتقاط كل ما يجوب خواطر ومراكز وإدارات ومؤسسات دول العالم ... خدمة لمصالح الإمبراطورية المهيمنة، وذلك حتى على حساب حلفائها الغربيين كما أثبت ذلك اكتشاف برنامج التجسس المسمى " Echelon وآخر هذه البرامج قد بدأ تنفيذه منذ 12 فبراير 2000 والذي عهد إليه بأخذ صور ثلاثية الأبعاد للكرة الأرضية ستسمح للقوات الأمريكية، بعد تحليلها، بالتوفر على صور "حقيقية لكل تضاريس وجبال ومدن العالم أليست هذه قمة التبعية؟

هذه باختصار بعض مظاهر إشكالية تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي تبهر ببريقها الاختصاصي والعادي من أفراد مجتمعات العالم الثالث، ولكن قلة قليلة فقط هي التي تتريث في الحكم على هذه التقنيات صحيح أن لها مزايا لا تنكر سياسيا واقتصاديا وثقافيا ...الخ، لكن القدرة على عزل هذه الإيجابيات عن سلبياتها رهينة بمدى تمكننا تقنيا، وليس فقط استعمالا، من السيطرة عليها وتوجيهها ووضع التنظيمات والقوانين والآليات الكفيلة بجعلها آمنة الاستعمال وتلك طريقة طويلة وصعبة المسالك، لا يكفي لقطعها مجرد خلق صناعات ثانوية كما هو الحال في الهند أو المكسيك بالنسبة لصناعة البرامج Softwares بل تتطلب استغلال التبعية ذاتها لاستدراج الصناعات التجهيزية على النمط التايواني أو الكوري الجنوبي أو غيرهما كأول خطوة ... وبلاد كبلادنا التي لم تستطع أن تستفيد من قربها من أوروبا الغربية لاستقطاب أية صناعة إعلامية تذكر (إذا استثنينا بعض الصناعات الإلكترونية الموجهة كليا للتصدير) لا يمكنها كسر الحلقة المفرغة أو دراسة التبعية ما لم تخطط بجدية لخلق صناعة وطنية أو على الأقل محلية يمكن البناء عليها لتحقيق خطوات لاحقة في الاتجاه الصحيح

الثورة المعلوماتية

طغت على حياة الناس

عالم اليوم يعيش ثورة معلوماتية حقيقية، طغت على حياة الناس وغيرت من طبيعة حياتهم اليومية بشكل جذري، وبدلت من تطلعاتهم، وخصائص تشكلهم في شرائح داخل المجتمع المحلي حتى أنها مست علاقة الفرد بذاته وعلى العكس من الثورات التكنولوجية السابقة التي انطلقت من المادة والطاقة، فإن هذه التغييرات الجذرية الجديدة التي نعيشها اليوم وتعرضت لمفاهيمنا عن الزمان والمكان ، والأفق ، والمسافة ، والمعرفة ، تشكل في جوهرها الثورة المعلوماتية الناتجة عن التطور الهائل لتكنولوجيا المعلومات ووسائل الإعلام والاتصال المتنوعة ، التي توصلت إليها عبقرية الإنسان خلال القرون الأخيرة

ورغم عدم كفاية واكتمال الدراسات العلمية التي تناولت مرحلة الثورة المعلوماتية التي تمر بها البشرية في الوقت الحاضر، فإننا نلمس من حيث الجوهر أنها قربت لنا مفاهيم الثورة المعلوماتية التي أضحت أكثر فهماً ووضوحاً من ذي قبل.

العولمة والتكنولوجيا والمجتمع المعلوماتي:

ومع حلول عصر العولمة بتداعياته العلمية والإعلامية، والاقتصادية والسياسية، والعسكرية ، والثقافية ، برزت على الساحة آراء مختلفة تتباين في تقديرها لمدى تأثير تلك العولمة وخاصة الاقتصادية على تطور بعض الدول وعلى الحضارة الإنسانية بشكل عام. خاصة وأن العولمة كانت نتاجاً واقعياً لتطور وسائل وتقنيات وتكنولوجيا المعلومات والإعلام والاتصال والاستشعار عن بعد

ووسائل نقل وتخزين والتعامل مع المعلومات واسترجاعها الأمر الذي سمح في نفس الوقت بإحداث نقلة نوعية وتغيير في الأدوار التي أصبحت تؤديه وسائل الإعلام الجماهيرية التقليدية في المجتمع بعد حلول عصر العولمة المعلوماتية وانتقالها من دور تقديم الخدمات الإعلامية للمجتمع، إلى دور المشارك الفعال في الشبكة الكثيفة متعددة الأطراف التي تشبه اليوم إلى حد ما نسيج خيوط العنكبوت، يتصل من خلالها ويتفاعل مع غيره عبر اتصال كثيف وتبادل معلوماتي مباشر ملايين البشر على الكرة الأرضية، دون عوائق أو قيود تذكر، في مجتمع أصبح يطلق عليه تسمية "المجتمع المعلوماتي المتشابك بواسطة شبكات الحاسبات الآلية الشخصية المنتشرة في كل أرجاء العالم المتقدم.

وصناعة وتطوير وانتشار استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال والإعلام كأي تكنولوجيا أخرى توصلت إليها عبقرية الإنسان، مرتبطة بالمواقف والقرارات السياسية السليمة التي تأتي في الوقت المناسب ، والمبنية على التقديرات الاقتصادية والمصالح الإستراتيجية والأمنية الوطنية العليا .وتكنولوجيا المعلومات والإعلام والاتصال كغيرها انطلقت من فكرة رفع الطاقة الإنتاجية للعمل وتحسين أداؤه في بعض المواقع المحددة، وهو ما سبب بعض الإخفاقات التي واجهتها تكنولوجيا المعلومات والاتصال والإعلام، بسبب أخذها في الاعتبار النواحي التقنية فقط ، وإهمالها للنواحي الاجتماعية المترتبة عن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال والإعلام بشكل عام لأنها تشكل معاً نهايات ثلاثية الأبعاد في المجتمع الإعلامي، بحيث تكون مقبولة، ومدعومة اجتماعياً، وتلبي حاجة أفراد المجتمع .وفي ظل المجتمع المعلوماتي يجب أن تكون تلك الثلاثية الأرضية التي ينطلق منها لتحقيق تطور هادف في وعي وحياة الإنسان ، وتدعم مواقف جميع الشرائح الاجتماعية بكل اتجاهاتها مما يزيد من لحمته، وإسهامها في تطوير المجتمع المعلوماتي بحد ذاته .

وتكنولوجيا الاتصال والإعلام تنتشر اليوم من الدول المتطورة وتنتقل منها إلى الدول الأقل حظاً والنامية، حاملة معها ثقافة جديدة، تختلف كثيراً عن تلك الثقافة التي ولدت في إطارها تلك التكنولوجيا .

وتحمل في طياتها ثقافة تعميم آليات ونظم الحاسب الآلي المعقدة والمتنوعة لتلك النظم صعبة الفهم وفي أكثر الحالات نرى أنها تتهيب الخطر الناتج عن حتمية التأثير على حياة الأفراد والمجتمعات، وهو التأثير الذي يصعب فهمه وقبوله في بعض الحالات ومن أجل تجنب الجمود في المجتمع المعلوماتي، كان لا بد من الوصول إلى تصور واضح ودقيق عن التأثيرات العارضة لدخول تكنولوجيا الاتصال والإعلام المتطورة إلى الحياة الاجتماعية اليومية، ومنها نتائج الصدمة التكنولوجية وما يرافقها من تخريب في السلوك والآداب والأخلاق العامة، وفقدان لفرص العمل في بعض التخصصات التقليدية، إضافة لشيوع جرائم الحاسب الآلي غيرها، من تلك التي تهدد الأمن الإعلامي الوطني والدولي.

حتمية الثورة الاتصالية والمعلوماتية في ظل العولمة:

ومع ذلك فإن الثورة الاتصالية والمعلوماتية التي تعمل على تغيير معالم العالم بسرعة هائلة، وحتمية هذه التغييرات تجعلها في وضع لا مفر منه وشاملة وتزداد سرعتها بشكل دائم ومضطرد وتختلف نتائجها الاقتصادية، لأنها تجلب معها فوائد ليست أقل أهمية وفاعلية ومؤثرة على القيم الإنسانية من فوائد الثورات الإنسانية السابقة في مختلف دول العالم ومن بينها الدول الأقل نمواً والنامية أيضاً.

ومن ظواهر التفوق المعلوماتي اليوم في الدول المتقدمة أن الناس أصبحوا يتفاعلون مع الثورة المعلوماتية والاتصالية والإعلامية بالمقارنة مع غيرها من الثورات الإنسانية السابقة، في دول العالم بأشكال طالت المجتمع الإنساني بأسره

حتى أصبح مصطلح "المعلوماتية "يملك وقعاً سحرياً بالفعل، بعد أن أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال والإعلام الحديثة اليوم القوة المحركة الحقيقية والمتحكمة بالاقتصاد العالمي والتقدم التكنولوجي في العالم بأسره، وأصبحت مصدراً هاماً لمضاعفة المعارف والقيم الروحية الجديدة لدى الإنسان، خاصة بعد توسع وانتشار مجالات استخدام المنجزات العلمية والتكنولوجية للقرن العشرين.

وللحكم على مدى تشكل المجتمع المعلوماتي في أية دولة من دول العالم لابد من إلقاء نظرة فاحصة تشمل واقع وآفاق تطور وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية التقليدية في تلك الدول، على ضوء استيعابها لتكنولوجيا المعلومات ووسائل الإعلام والاتصال المتطورة، وعلى آفاق تطور البنية التحتية لتلك الوسائل في العالم والنظر كذلك إلى مستوى التعليم العام والمتخصص والقاعدة القانونية التي تستند عليها عملية التطور المعلوماتي في تلك الدول بشكل عام

ومدى إمكانية الوصول إلى مصادر المعلومات المتاحة، المحلية والإقليمية والدولية من خلال شبكات الاتصال الإلكترونية وخاصة شبكة الانترنيت العالمية ومدى تأثير الموارد المعلوماتية المفتوحة تلك على علاقات الإنتاج، والنشاطات الإنسانية والعلمية والتجارية والاقتصادية، والأهم من كل ذلك مدى تلبية تلك الوسائل للحاجات الأساسية للمواطن وللمجتمع بكل شرائحه .

لأن الإنسان في المجتمع المعلوماتي يقف وجهاً لوجه أمام فضاء إعلامي واحد متنوع ومفتوح، تعتبر فيه وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية التقليدية من أهم وسائل التفاعل بين المواطن والسلطة بفروعها الثلاث التشريعية والتنفيذية والقضائية لأنها تساعد على شفافية عمل تلك السلطات، وعلنية التفاعلات السياسية في المجتمع أما تقنيات الاتصال الحديثة في ظل "العولمة "

والمجتمع المعلوماتي فقد أضافت عنصر الحوار الدولي الذي انبثق عنه "مجتمع الأربع والعشرين ساعة(twenty-for-hour-society) "، ذلك المجتمع الذي يعمل على مدار الساعة دون توقف، مضيفاً إمكانيات هائلة جديدة، منها على سبيل المثال تكامل الدورة الاقتصادية التي أصبحت تعمل دون توقف أيضاً، بحيث تبدأ في آن معاً من أية نقطة في العالم وتعود من جديد ودون توقف من حيث أتت.

الفصل الثالث

الإعلام والتنمية المجتمعية

مفهوم التنمية

من الشائع في العلوم الاجتماعية عدم وجود تعريف شامل جامع مانع لظاهرة ما من الظاهرات الاجتماعية . وما ينطبق على الظاهرة ينطبق كذلك على المفهومات الاجتماعية.

ونعفي أنفسنا من الخوض في تفاصيل ذلك، إذ غدت معروفة ومعلومة لدى المشتغلين والدارسين للعلوم الاجتماعية.

وهي- على أي حال ليست قضية من القضايا التي تعوق هذه العلوم أو تحد من انطلاقتها على الصعيدين النظري والعملي، بل على العكس من ذلك فقد أصبحت هناك تعريفات ومفهومات شكلت ثراء فكريا لهذه العلوم.

ومع أنه يصعب علينا حصر تعريفات التنمية لكثرتها وتنوعها، إلا أن ما ينبغي أن ندركه جيدا أن مفهوم التنمية ارتبط على وجه الخصوص بالدول النامية، وأصبح ينظر إليه على أنه أداة أو وسيلة تستطيع من خلالها تلك الدول التصدي لعوامل التخلف بتبني خصائص أو سمات المجتمعات المتقدمة.

وعلى هذا النحو يمكن القول باختصار إن التنمية تقصي التخلف وتدني التقدم.

بيد أن ذلك لن يتحقق إلا إذا روعيت اعتبارات كثيرة يدركها علماء التنمية والمتخصصون فيها والمشتغلون بها.

ولعل من الأهمية بمكان أن نشير هنا إلى أن المحاولات العديدة التي بذلت قصد تحديد تعريف التنمية تفاوتت فيها الآراء.

إلا أن الحقيقة الأساسية التي يتعين علينا أن نأخذها بعين الاعتبار، سواء قصدنا أن نقيم تصورا عاما لظاهرة التخلف ، أو تحديدا دقيقا للتنمية ، أن التنمية ليست عملية سهلة، بل هي معقدة وشاملة تحوي الحياة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية وقبل ذلك وبعده الدينية (العقدية) .

ولكي ندلل على ذلك التفاوت في الأراء يرى بعض علماء التنمية " أن التنمية هي عملية تستند إلى الاستغلال الرشيد للموارد بهدف إقامة مجتمع حديث "بينما عرفت الأمم المتحدة التنمية بأنها تدعيم المجهودات ذات الأهمية للمجتمع المحلي بالمجهودات الحكومية، وذلك لتحسين الحالة الاقتصادية والاجتماعية والحضارية لهذا المجتمع على أن تكون خطط الإصلاح العامة للدولة .

ومن واقع التعريف الأول نستطيع أن نستنتج أن المجتمع المتقدم هو الذي يستخدم التقنية الحديثة (التكنولوجيا)، كما يتميز بالتحضر والتعليم والحراك الاجتماعي، وتسانده الاجتماعي يكون واسع النطاق إلى جانب أن تاريخه والمنطقة التس تضمه وكيانه القومي وتراثه الشعبي تكون موحدة.

أما التعريف الثاني، فإننا نرى أنه في الوقت الذي ركز فيه على تحسين العوامل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، فقد دعا إلى استنهاض همم أبناء المجتمع لتتصل جهودهم مع جهود الدولة في عملية التحسين أو التطوير أو التحديث التي ينبغي أن تتواءم وتتفق مع ما تخطط له الدولة من تطوير عام في كل جوانب الحياة.

ويطلق علماء الاجتماع عادة على هذا النوع من التنمية " التنمية المقصودة والمخطط لها من قبل النظام السياسي للدولة، بغية نقل المجتمع من الحالة التي هو عليها إلى حالة أكثر تقدما وتطورا.

ويعد التخلف مشكلة إنسانية عامة كما أن حدته تختلف من مجتمع إلى آخر وتعريفه ومفهومه يختلفان من مجتمع إلى مجتمع.

ولعل أوضح صورة لذلك التخلف عائلتي "إيفي وبوفاني" اللتين تحدث عنهما (ولبور شرام) .

النموذج السائد للتنمية

هناك مداخل ونماذج كثيرة للتنمية

على الرغم من أنه تلا انقضاء الحرب العالمية الثانية ظهور إسهامات كبيرة من بعض علماء الاجتماع والاقتصاد في قضايا التنمية ومشكلاتها، إلا أن البدايات الأولى تمثلت في ظهور رواد "المدرسة الحديثة" الذين لم يكن اهتمامهم منصبا بشكل رئيس على التنمية طويلة الأجل، بينما أخذ أتباع "مدرسة الركود" ينادون بفكرة "الركود طويل الأجل" .

ومن بين النماذج المنتشرة في الدول النامية نموذج (كيندلبر جر) الذي يرى أن التنمية تتبدى في صورة مؤشرات كمية عديدة مثل متوسط الدخل الفردي، ونسبة السكان الذين يعملون في الزراعة، ودرجة التعليم، والنسبة المئوية للسكان الحضريين، ومعدل أو نسبة توزيع الصحف، وعدد أجهزة المذياع (الراديو) والسيارات بالنسبة لكل شخص .

و إلى جانب ذلك النموذج ظهر نموذج "الاتجاه التطوري المحدث" ثم نموذج" الاتجاه الانتشاري" وهو الاتجاه الذي يذهب إلى أن عناصر التنمية المادية والثقافية التي تسود في الدول المتقدمة إذا انتقل إلى الدول النامية فإن انتقالها كفيل بتحقيق التنمية.

وثمة نماذج أخرى:مثل "نموذج اتجاه المكانة الدولية"، و"النموذج السيكولوجي أو "السولكي"، و"نموذج التنمية المزدوجة .

ومع أننا لا يمكن أن نستبعد أثر وتأثير تلك النماذج، إلا أن النموذج السائد هو نموذج (دانيل ليرنر) الذي ظهر عام 1958 م، والذي يرى فيه أن الدول المتخلفة يمكن أن تنتقل إلى مصاف الدول المتقدمة إذا استطاعت أن تكتسب خصائص سلوكية وسيكولوجية معينة."

ومن هنا فإن (ليرنر) نادى بأربع متغيرات أساسية للتنمية هي التحضر والتعليم ، والمشاركة في وسائل الاتصال ، والمشاركة السياسية.

ولكي نميز بين المجتمع الحديث والمجتمع المتخلف فإن (ليرنر) ذهب إلى القول "إن المجتمع الحديث هو المجتمع الذي يحقق درجة عالية على سلم هذه الخصائص في حين أن المجتمع التقليدي هو الذي لا يحقق سوى درجة ضعيفة على ذلك السلم .

كما يرى (ليرنر) أن تنمية المجتمع تتم من خلال التعاطف مع الآخرين وحينما يكتسب المجتمع التقليدي هذه الخاصية التي تعينه على التنمية يصبح مجتمعا حديثا.

وفي هذا السياق يرى (ليرنر) أن وسائل الإعلام أحاطت – ولا تزال تحيط – الناس بالمعلومات والأفكار والآراء والأحداث والتغيرات ، ومن ثم فإن في إمكانها أن تقدم أنماطا من سبل الحياة المعيشية الجديدة فترتقي بمستوى البيئة التقليدية.

أهمية الدور الإعلامى فى

التنمية المستدامة

يحتل الاتصال والمعلومات والمعرفة مكانة محورية في تقدم البشر وفي مناحي حياتهم وأسباب رفاه يتهم .وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، التقليدية منها والحديثة، تتيح للناس، في كل أنحاء العالم، إمكانيات جديدة وفرصا للارتقاء في سلم التنمية غير أن الكثير من الشعوب والأمم، لاسيما الأكثر فقرا، لا تتاح لها بصورة حقيقية ومنصفة إمكانية إنتاج المعلومات ونشرها واستخدامها، الأمر الذي يحرمها من الكثير من فرص التنمية الحديثة.

فحتى تعمل مجتمعات المعرفة بصورة فعالة لا بد من تبادل المعلومات بصورة حرة ونشر المعلومات والأفكار والمعرفة على نطاق واسع، من خلال وسائل الإعلام التقليدية و من خلال تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة على حد سواء .وفي هذا السياق فإن حرية التعبير والتداول الحر للمعلومات والأفكار والمعارف والانتفاع الحر والمتكافئ بها، تشكل عناصر أساسية لتمكين الناس وضمان مشاركتهم في مجتمعاتهم.

لقد خلق النظام العالمي الجديد وما تبعه من نظام إعلامي أيضا جديد سلسلة من التحديات أمام العالم عموما والعالم النامي خصوصا تلك التحديات تتمثل أول ما تتمثل في بعد التنمية والتنمية التي نقصدها في هذه الورقة هي التنمية المستدامة فلم يعد الإعلام كما يتصوره البعض وسيلة للتسلية أو الترفية بل أصبح الإعلام مفجرا للثورات وفي ذات الوقت مثبطا للهم والعزائم ، ليس هذا فحسب بل أصبح للإعلام دوره في حث الشعوب علي التعاون والنضال من اجل إحداث تنمية ح قيقية في مجتمعاتهم بما تمتلكه وسائل الإعلام من قدرة

على استنهاض الطاقات وتوجيه الانتباه نحو الوسائل والأهداف التي ينشدها المجتمع (بالطبع نقصد هنا الإعلام الجادو هنا سوف نحاول التعرف على مصطلح التنمية المستدامة ودور الإعلام في تفعيل برامجها من اجل الارتقاء بالمجتمع وتحقيق ما يصبو إليه .

التنمية المستدامة sustainable Development

عرف تقرير برونتلاند الذي أصدرته اللجنة الدولية للبيئة والتنمية في عام 1987 بعنوان مستقبلنا المشترك التنمية المستدامة بأنها التنمية التي تلبي احتياجات الحاضر دون ان يعرض للخطر قدرة الأجيال التالية على إشباع احتياجاتها هي ، ونلاحظ ان التقرير لا يتنبأ بمزيد من التدهور البيئي في المستقبل ولا بحدوث الفقر في عالم تتناقص موارده باستمرار ، وإنما يتنبأ بإمكانية دخول البشرية عصرا جديدا من النمو الاقتصادي ، يعتمد على سياسات من شانها دعم وتنمية الموارد البيئية الطبيعية.

ونعلم ان الدول القومية عملت – تاريخيا بعدوانية شديدة على تحقيق النمو الاقتصادي والتحديث كوسيلة لا لإشباع الاحتياجات المادية الأساسية فحسب ، وإنما كذلك لتوفير الموارد اللازمة لتحسين نوعية الحياة بصفة عامة (مثل محاولات توفير الرعاية الصحية والتعليم وجعلها في متناول الكافة) ولكننا نلاحظ ان غالبية أشكال النمو الاقتصادي تجهد البيئة سواء باستخدام موارد طبيعية (قابلة للنضوب في بعض الأحيان)او لما تحدثه من هدر او تلويث ومن شان ذلك ان يعرض للخطر إمكانيات النمو بالنسبة للأجيال القادمة من هنا تحاول فلسفة التنمية المستدامة ان تحل هذه المعضلة بالإصرار على انه يتعين إن تأخذ القرارات التي تتخذ على شتى المستويات في المجتمع ، تأخذ في اعتبارها الآثار البيئة التي يمكن ان تنجم عن تلك القرارات ، ومن شان ذلك ان يقودنا إلى

ممارسة النوع الصحيح من النمو الاقتصادي القائم علي التنوع الحيوي ، وعلي التحكم في الأنشطة الضارة بالبيئة وتجديد او تعويض الموارد القابلة للتجديد كالغابات مثلا وسوف يعمل كل ذلك علي حماية البيئة الطبيعية ، لوازدهارها كذلك وهكذا أصبحت التنمية الاقتصادية في عالم اليوم تتفق والاستثمار في الموارد البيئية من اجل المستقبل.

ومع انه من الواضح انه يصعب ان نجد سلطات يمكنها ان تناوئ فكرة التنمية المستدامة (بل إننا نجد فعلا اغلب الحكومات ومؤسساتها ترحب بها وتهلل لها)إلا انه من الصعب عادة علي الحكومات أن تتقبل النتائج السياسية المترتبة علي ممارسة التنمية المستدامة ، مثل ضرورة اللجوء إلي فرض الرسوم او الغرامات علي قيادة السيارات داخل المدن (علي أساس انه يتعين علي الشخص الذي يلوث البيئة أن يدفع ثمن ذلك) وسبب هذا العجز أنها سوف تتعرض للمساءلة والحساب من الناخبين بعد فترة حكم قصيرة لا تزيد علي خمس سنوات أو نحو ذلك ، كما نجد فضلا عن ذلك أن البيئة شان مشترك خاص بكل الناس وهي سلعة عامة ، مما يعني أن حمايتها تتطلب عملا جماعيا ، وهنا أثبتت الممارسة الفعلية ان ذلك العمل الجماعي امر عسير التحقيق ، بسبب المشكلات التي يسببها عادة المنتفعون بدون مساهمة.

أبعاد التنمية المستدامة:

التنمية المستدامة كما أسلفنا هي مفهوم عام وتعبير شامل يتناول كافة بنى المجتمع ويشمل جوانبه المادية والمعنوية ، وليست التنمية مجرد عملية نمو اقتصادي وإنما هي عملية لها أبعاد حضارية واجتماعية وان استراتيجيتها هي استراتيجية حضارية شاملة.

وتتعدد أبعاد التنمية المستدامة في رأينا لتشمل جوانب كثيرة هي مايأتي :

1- التنمية الروحية : وتعني توفير البعد العقائدي او الايدلوجي للتنمية ذلك البعد الذي يتضمن كافة جوانب الحياة ويحدد للفرد حريته وحركته واختياراته وأول ما توفره التنمية الروحية هي التعاون علي المصالح الوجدانية للمجتمع.

2- التنمية الذاتية : وتعني الاعتماد علي قوى العمل المحلية والمواد الخام الاولية المتوافرة في البيئة وعمليات الإنتاج والمعرفة المحلية وتطويرها وفقا للتكنولوجيا المستوردة.

3- التنمية النفسية : بمعني تنمية طموحات المواطنين بالصورة التي تدفعهم نحو التطلع نحو المستقبل والسعي لتحقيق حياة افضل وتعد أحد الأبعاد الأساسية للتنمية المستدامة لأنه واقعيا لا يمكن تحقيق أي إنجاز ما لم تكن هناك طموحات دافعة إليه.

4- التنمية الإدارية والتشريعية : وهي الجهود التي يجب بذلها باستمرار لتطوير الجهاز الإداري في الدولة سعيا وراء رفع مستوى القدرات الإدارية عن طريق وضع الهياكل التنظيمية الملائمة لحاجات النفس والتصورات القانونية لضبط حركة الحياة وهي التطوير الشامل للجهاز الاداري للدولة لرفع مستوى قدراته الإدارية لتمكينه من القيام بوظائف الدولة بشكل عام وبوظائف التنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والتنمية في كافة المجالات بشكل خاص.

5- التنمية البيئية : أحدثت ثورة الإنسان التكنولوجية نقلة هامة علي المستويات المادية للمجتمع الحديث وفي مقابل ذلك أدت إلي الإسراف في استنزاف الموارد الطبيعية ، والإنسان في تطوره مع البيئة اخذ يطور تعامله هذا ، إلا أن

انشغاله بان يأخذ من البيئة قدر المستطاع جعله ينسى كيف يحافظ عليها بدءا بتقليع الأشجار وانتهاء بحادثة تشرنوبيل بالاتحاد السوفيتي السابق . وبات الإنسان يبحث كيف يمكن ان يتخلص من الدمار الذي يسببه للبيئة وبدا واضحا له ان مصانعه تلوث الهواء وان سيارته مصدر للتلوث والإزعاج وان سلاحه يدمر ولا يبني ولهذا لم تعد التنمية في حد ذاتها هي المشكلة وإنما المشكلة هي التنمية المتوافقة مع البيئة ويشمل الحل جانبين :

أولا في التوعية البيئية من خلال وسائل التربية والإعلام بهدف جعل الفرد واعيا بالعلاقات البيئية ولدوره في صون البيئة وتعريفه بوسائل العمل الخلاق لحمايتها وهذا الجانب يحتاج إلي المشاركة الجماهيرية أي إسهام الناس جميعا والجانب الآخر يتمثل في السعي نحو ربط التنمية بالبيئة بحيث تصبح التنمية البيئية الطريق الصحيح لتحديد طرق التنمية المناسبة والتي تحتم ضرورة بناء التكنولوجيا البيئية والمحلية من خلال الاعتماد علي النفس فالتنمية البيئية بهذا الشكل تعني استغلال العدد الضخم من السكان في الإنتاج وتصبح القوى العاملة المحلية اقل تكلفة واكثر فائدة من استيراد التكنولوجيا المتطورة جدا في عمليات الزراعة والبناء.

6- التنمية العلمية والبحثية والتكنولوجية : فالتنمية التكنولوجية هي الجهود المبذولة لإتاحة معلومات أو معرفة جديدة يمكن استخدامها بكفاءة في العمليات الإنتاجية ولها تأثير ملحوظ علي التكلفة وعلي نوعية المنتج وكمية الإنتاج وجودته.

7- التنمية البشرية : تعرف التنمية البشرية طبقا لما ورد في تقارير التنمية البشرية الصادرة عن البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة بأنها عملية توسيع اختيارات الناس وهذا الاختيارات نهائية بطبيعتها غير انها تتحدد من الناحية

الواقعية بمحددات اقتصادية واجتماعية وثقافية وسياسية بالإضافة إلي ما يمكن ان يكون متاحا من سلع وخدمات ومعارف لتلبية هذه الاختيارات التي يمتد مجالها من الحاجات إلي الطعام والشراب والسكن والتعليم والصحة والبيئة النظيفة إلي أخره ..... إلي التوعية في المشاركة في كل ما يجري في المجتمع.

8- التنمية الاجتماعية : هي تغيير الأوضاع الاجتماعية القديمة التي لم تعد تساير روح العصر بطرق ديمقراطية تهدف إلي بناء اجتماعي جديد تنبثق عنه علاقات جديدة وقيم مستحدثة ويسمح للأفراد بتحقيق اكبر قدر ممكن من إشباع المطالب والحاجات.

9- التنمية السياسية : وهي تعبئة الجماهير وتفاعلهم مع النظام القائم وعدم وقوفهم موقف اللامبالاة وتتسم بدرجة من المشاركة الشعبية الواسعة.

10- التنمية الاقتصادية : وهي التي تؤثر علي الجانب المادي للتنمية فتهتم بطريقة تحسين وتنظيم استغلال الموارد الاقتصادية بغية تحقيق زيادة في الإنتاج الكلي من السلع والخدمات بمعدل أسرع من الزيادة في السكان وتشمل كافة المجالات الاقتصادية الزراعية والصناعية والمالية والتجارية وغيرها.

وهكذا تتكامل أنواع التنمية العشرة هذه لتشكل فيما بينها التنمية المستدامة والتي هي الإطار الجامع لهذه الأنواع بشكل عام من هنا تأتي أهمية الإعلام باعتباره البوق الذي من خلاله يدرك الناس ادوارهم في برامج التنمية المستدامة المختلفة وهي ما سيرد تفصيل في الصفحات القادمة.

الإعلام ودوره في عملية التنمية المستدامة:

مسئولية الإعلام تجاه عملية التنمية المستدامة هي تزويد المجتمع بأكبر قدر من الحقائق والمعلومات الدقيقة التي يمكن للمعنيين بالتنمية التحقق من صحتها والتأكد من دقتها والتثبت من مصدرها، وبقدر ما في الإعلام من حقائق ومعلومات دقيقة، بقدر تحقيق أهداف التنمية، ويركز الكثير من العلماء المهتمين بدور الإعلام في التنمية علي هذه النقطة ويسمون الدور الذي يضطلع به الإعلام في تطوير المجتمعات باسم الهندسة الاجتماعية للإعلام الجماهيري،خاصة وان هذا الدور ينصب علي كيفية توجيه الجمهور لخدمة الرخاء الإنساني.

وتتضح المعادلة التي دعت الي تسمية دور الإعلام "بالهندسة الاجتماعية إذا عرفنا ان الهدف الجوهري للتنمية الاجتماعية لا يستطاع تحقيقه بدون رفع المستوى الاقتصادي باستخدام برامج ومشروعات التنمية الاقتصادية والاجتماعية لتوفير الخدمات وإشاعة العدالة، تلك التي تثير في نفوس أفراد المجتمع مشاعر الولاء لمجتمعهم، والذي ترتبط به كل مصالحهم الحيوية ارتباطا قويا، وما دامت تنمية أفراد المجتمع وبيئتهم المادية من الأهداف الأساسية للتخطيط، فمن الضروري ان يتم إنجاز هذه المسئوليات وفق خطة مدروسة قائمة علي تخطيط شامل لكافة الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والإعلامية والبيئية.

الإنسان محور عملية التنمية المستدامة والهدف الاسمي للإعلام:

وتتضمن الخطة العامة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية دائما القدر الاسمى من الاهتمام بالقوى البشرية والسياسات التعليمية ولا شك ان تحليل السياسات العامة للخطط المختلفة لتنمية الموارد البشرية امر لا يمكن الاستغناء عنه عند وضع خطة جيدة للتنمية، وبدون ذلك لن يتسنى أي نجاح للتخطيط صحيح ان التخطيط العام للتنمية الاقتصادية والاجتماعية يتضمن دائما قدرا

من الاعتبار للقوى البشرية المتوافرة والمطلوبة ولكن هذه الخطط التي تقتصر علي السياسات الاقتصادية فقط ينبغى أن تعالج الموارد البشرية علي أنها عوامل رئيسية للإنتاج ، ولا خلاف في ان جميع المخططين في المجال الاقتصادي – مهما يبلغ إطار التحليل عندهم من الضيق فهم يدركون أهمية توفر العنصر البشري خصوصا ما يتعلق بالتعليم والتدريب بوجه عام ويقف التخطيط الإعلامي هنا ليعمل علي تزويد المعنيين بالتنفيذ بأكبر قدر ممكن من المعلومات الدقيقة الصحيحة والحقائق الواضحة ، وللتخطيط الإعلامي أهدافه ومسئوليته المحددة الأبعاد ، ولا يخرج التخطيط الإعلامي عن الدور الذي قصده ماكس ميليكان فهو يقرر تسمية الدور الذي يضطلع به الإعلام والاتصال الجماهيري في ميدان التنمية بالهندسة الاجتماعية للاتصال الجماهيري وكيفية توجيه الاتصال الجماهيري لخدمة الرخاء الإنساني في المجتمع التقليدي.

وانطلاقا من هذا المفهوم فان القوى البشرية تمثل أهمية كبري في التخطيط الإعلامي علي اعتبار ان المتلقين من أفراد المجتمع (قراء – مشاهدين – مستمعين) هم هدف التخطيط الإعلامي ، من اجل ربطهم باهداف خطة التنمية بنوعيها الشامل والمحلي ، وفي مجاليها الاقتصادي والاجتماعي ، وسواء كان العنصر البشري وسيلة التنمية او غايتها والنقطة الرئيسية في كل من التخطيط الإعلامي والتخطيط للتنمية المستدامة هو ان هذين النوعين من التخطيط ، يهدفان أساسا إلي تطوير الشخصية الإنسانية من الجمود الي الحركة ومن التقليدية الي التقدمية ، فالمحور الرئيسي في التنمية هو الناس أنفسهم ، والتخطيط للتنمية هو ترتيب وتنظيم ذلك بوضوح ، وإذا كان الإعلام هو محاولة لربط أفكار أفراد المجتمع وتصوراتهم وقيمهم واعتقاداتهم بالتخطيط للتنمية وبأسلوب التنفيذ، ووضع المستويات الاقتصادية والاجتماعية في الاعتبار ،فان التخطيط الإعلامي هو أيضا ترتيب وتنظيم ذلك بوضوح اعتمادا علي ان

الإطار الثقافي هو الذي يخلق فكر كافة أفراد المجتمع بكل ما فيها من اهتمام بالماضي وتحليل الحاضر الواقعي ونزوع الي العمل ومن الطبيعي أن يكون ذلك من اخص مبادئ الاتصال الجماهيري ، ومن الطبيعي أيضا أن يكون ذلك من أكثر خصوصيات التخطيط الإعلامي ، إذ أن الإنسان العصري في المجتمع الحديث يتميز بعقلية تختلف كلية عن الإنسان التقليدي.

علاقة التخطيط الإعلامي بالتخطيط للتنمية المستدامة:

لتحديد علاقة التخطيط الإعلامي بالتخطيط للتنمية المستدامة ، ينبغي ان نتوقف قليلا أمام مجموعة من التساؤلات وذلك لبيان العلاقة الارتباطية بين الاتصال الجماهيري والتنمية ، ومن خلالها نلقي الضوء علي الدور الهام الذي يضطلع به الإعلام والاتصال في تطوير وتنمية المجتمعات ، وهذه التساؤلات تركز في الوقت نفسه علي توضيح مفهوم التخطيط الإعلامي وعلاقته بالتنمية المستدامة وهذه التساؤلات هي:

- ما العلاقة بين الإعلام والتغير في المجتمع ؟
- كيف ينمو الإعلام الحديث ؟
- ما العلاقة بين الاتصال الجماهيري والاتصال الشخصي في برامج التنمية ؟
- ما الدور الذي يقوم به الاتصال الجماهيري للمساعدة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية ؟
- هل تكون متطلبات الاتصال الجماهيري المؤثر هي الاختلاف بين الدول من حيث درجة التطور والتنمية ؟ او الاختلاف في مراحل التنمية نفسها ؟
- ما أنواع الاستراتيجية الاتصالية التي يمكن إتباعها في تطوير المجتمعات في البلاد النامية ؟

ومن خلال الإجابة علي هذه التساؤلات نستطيع أن نعتمد علي تخطيط أوجه النشاط الاتصالي كوسيلة للتأثير في عملية التغيير في البلدان النامية تحديدا وعلي مفهوم هذه البلدان للتنمية وعلي ماهية الأهداف المطلوب تحقيقها بالجهود التنموية.

والتخطيط الإعلامي ليس سوى جزء من التخطيط القومي الشامل للتنمية في المجالين الاقتصادي والاجتماعي إذا كان متواصلا بالتنمية المستدامة ولا يتصل التخطيط الإعلامي فقط بالتغير المادي ولكنه يتصل أيضا بالمتغيرات النفسية والاجتماعية والمعنوية والثقافية لدى أفراد المجتمع.

ويختلف التخطيط الإعلامي من مجتمع لأخر ومن دولة لأخرى ومن نظام إعلامي إلي أخر طبقا للمفاهيم والفكر والثقافة السائدة بل ويختلف في البلد الواحد ومن مرحلة إلي أخرى وفقا للاستراتيجية العامة للمجتمع والتي تتضمن الأهداف العليا التنموية للدولة وللاستراتيجية الإعلامية التي تستوعب هذه الأهداف العليا للسياسة الإعلامية التي تترجم الاستراتيجية الإعلامية إلي مبادئ ثابتة وترتبط معها في إطار السياسات الأخرى السكانية والتعليمية الزراعية والاقتصادية والاجتماعية وتعبر عنها في شكل خطط إعلامية تمثل الأهداف التي ينشد المجتمع تحقيقها خلال فترة زمنية طويلة وخطط تفصيلية سنوية تمثل الترجمة التفصيلية لأهداف الخطة في شكل مشروعات وأعمال محددة بتوقيتات زمنية محدده.

ويمثل التخطيط ضرورة مهمة لإنهاء حالة التخلف التي تعيش فيها البلدان النامية سواء بالنسبة للأنشطة التنموية أو الأنشطة الاتصالية ، وترجع أهميته إلي انه أصبح احد السمات المميزة لعصرنا الحاضر فكل الدول علي السواء أدركت انه الضمان الوحيد لاستخدام جميع الموارد الوطنية المادية

والطبيعية والبشرية بطريقة علمية وعملية وإنسانية لتحقيق الخير لجموع الشعب وتوفير الرفاهية لهم مع البعد عن العشوائية والتلقائية والارتجال ومن هنا يوصف العصر الحاضر في كثير من الكتابات العلمية بأنه عصر العلم وعصر التخطيط.

وهكذا فان التخطيط الإعلامي عامة هام جدا لإحداث التنمية المستدامة ولا يمكن للتنمية ان تسير في مسارها الصحيح بدون تخطيط .

وترجع اهميته لأسباب عديدة اهمها:-

1 لتحديد احتياجات المجتمع بطريقة علمية وترتيب أولوياتها.

2 لوضع استراتيجية العمل في المجتمع لمقابلة متطلباته واحتياجاته

3 لتحديد المشكلات التي تواجه المجتمع واختيار انسب الطرق لمعالجتها.

4 لتحقيق التوازن في التنمية بين القطاعات المختلفة.

5 لتحديد مستويات الجهات المختلفة المسئولة عن التنفيذ.

6 لربط مجهودات التنمية في مختلف أنحاء المجتمع ببعضها.

المجتمع المعلوماتي

وتداعيات العولمة

مع بداية التسعينات من القرن ال عشرين ومع انهيار الاتحاد السوفييتي السابق ودول ما كان يعرف بالكتلة الشرقية التي كان يقودها الاتحاد السوفييتي السابق، وعلى ضوء التطورات الهامة التي جرت على جميع الأصعدة العلمية والتقنية والتكنولوجية في العالم، وخاصة تكنولوجيا وسائل الإعلام والاتصال والاستشعار عن بعد، انطلقت بشدة شعارات تدعو للتكامل بين المجتمعات الصناعية المتقدمة، وفتح باب المنافسة الحرة وإزالة العوائق أمام انتقال الخبرات والبضائع ورؤوس الأموال في الأسواق العالمية المفتوحة

ورافق تلك الشعارات بشائر ميلاد المجتمع المعلوماتي الذي يمكن أن تشارك في بنائه كل عناصر التركيبة الاجتماعية، في عملية تفاعل معلوماتي باتجاهين أخذاً وعطاءاً واعتبر الكثيرون أن ميلاد المجتمع المعلوماتي يبشر بالتحول من تقديم الخدمات الإعلامية للمتلقي السلبي في عملية الاتصال، الذي يتلقى سيل المعلومات الموجهة إليه ولمجتمعه دون مشاركة إيجابية منه في اختيار أو إعداد أو في أساليب نشر تلك المعلومات عبر وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية التقليدية المختلفة، إلى مشاركة عناصر التركيبة الاجتماعية القادرة كلها في عملية اختيار وإعداد وتخزين وتوجيه ونشر والاستفادة من المعلومات، والمشاركة المؤثرة والفاعلة في عملية التبادل والتفاعل الإعلامي داخل المجتمع الواحد بكل عناصره وشرائحه، وبين المجتمعات المختلفة بشكل عام، بما يوفر فرص الحوار، والتفاهم، والتفاعل البناء لصالح تقدم الإنسانية جمعاء.

ومعروف أن الأساليب الإعلامية المستخدمة والمنتشرة بشكل واسع حالياً، لم تكن إلا نتاجاً للتقدم العلمي في مجال وسائل الاتصال والإعلام، ونتيجة للأبحاث العلمية التامة في مجال الإعلام بفروعه المختلفة الاقتصادية والسياسية والعلمية والزراعية والصناعية والتجارية والثقافية وغيرها من فروع المعرفة الإنسانية، التي جرت خلال النصف الأول من القرن العشرين ولم تزل مستمرة في التطور في العالم المتقدم كله حتى اليوم وكان وكما هو معروف أيضاً نشر تلك المعلومات يتم بالطرق التقليدية عبر الكلمة المطبوعة، والمسموعة والمرئية أحادية الجانب إي من المرسل إلى المستقبل، دون أن تكون هناك أية إمكانية للتفاعل الإيجابي بين المرسل والمستقبل عبر الطرق التقليدية السائدة لنقل لتلك المادة الإعلامية التي حملتها إليه شتى وسائل نقل وتخزين وإيصال المعلومات المقروءة والمسموعة والمرئية

ولكن الثورة التي تفجرت بشدة خلال الربع الأخير من القرن العشرين في مجال تقنيات ووسائل الإعلام والاتصال والاستشعار عن بعد، وضعت البشرية أما منعطف تاريخي حاسم تشارك فيه اليوم، كل عناصر التركيبة الاجتماعية القادرة على المشاركة في عملية التأثير والتفاعل المتبادل من خلال عملية التبادل الإعلامي المستمرة داخل المجتمع المحلي والدولي، عبر وسائل الاتصال الحديثة التي أصبحت فيها تقنيات الحاسب الآلي الحديثة دائمة المتطورة تشكل العنصر الهام والفاعل في حسم القضية كلها لصالح العولمة بكل أشكالها وأبعادها.

وأصبح الحاسب الآلي الشخصي المرتبط اليوم بشبكات المعلومات المحلية والإقليمية والدولية، يخزن وينقل وينشر المعرفة بكل أشكالها المقروءة والمسموعة والمرئية، ليحدث بذلك ثورة حقيقية داخل الأنظمة الإعلامية التقليدية، وأنظمة تراكم المعلومات واستعادتها

وأصبح يساهم في تطوير عملية نقل المعرفة التقليدية داخل المجتمعات بعد أن انتقلت لاستخدام تقنيات الأنظمة المعلوماتية الإلكترونية الحديثة في مجالات العلوم والبحث العلمي والتعليم إلى جانب فروع الأنشطة الإنسانية المختلفة مما وفر فرصة كبيرة لرفع مستوى الأداء العلمي والمعرفي وأفسح المجال أمام عملية الحصول على المعارف المختلفة ودمجها وإعادة نشرها، وتسهيل استخدامها في عملية تفاعل دائمة لا تتوقف.

وأصبح هذا الواقع الجديد بديلاً للطرق الإعلامية التقليدية، وبمثابة التحول من المألوف في أساليب وطرق التعليم والإعداد المهني والمسلكي المتبعة حتى الآن في بعض الدول الأقل حظاً في العالم، إلى أساليب أكثر تطوراً وأكثر فاعلية من ذي قبل ويرتبط هذا التحول بظاهرة العولمة والتكامل المتنامية في النشاطات الإعلامية الضرورية واللازمة لتطور الثقافة والعلوم والتعليم والبحث العلمي، في إطار ما أصبح يعرف اليوم بالمجتمع المعلوماتي.

مفهوم المجتمع المعلوماتي:

ومن أجل تسهيل فهم القصد من العولمة الإعلامية التي حملت لنا معها مفهوم المجتمع المعلوماتي إن جاز هذا تعبير، لابد لنا من محاولة التعريف بجوهر هذا المجتمع، فهو حسب رأي العديدين من الباحثين في شؤون الإعلام والاتصال هي:

1- المجتمع الذي تتاح فيه لكل فرد فرصة الحصول على معلومات موثقة من أي شكل ولون ومذهب واتجاه من أي دولة من دول العالم دون استثناء، عبر شبكات المعلومات الدولية، بغض النظر عن البعد الجغرافي وبأقصى سرعة وفي الوقت المناسب للمشارك في عملية التبادل الإعلامي؛

2- المجتمع الذي تتحقق فيه إمكانية الاتصال الفوري والكامل بين أي عضو من أعضاء المجتمع، وأي عضو آخر من المجتمع نفسه أو من المجتمعات الأخرى، أو مع، أو بين مجموعات محددة من السكان، أو مع المؤسسات والأجهزة الحكومية، أو الخاصة بغض النظر عن مكان وجود القائمين بعملية الاتصال والتبادل الإعلامي داخل الكرة الأرضية أو حتى خارجها في الفضاء الكوني .

3- المجتمع الذي تتكامل فيه نشاطات وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية التقليدية، وتتسع فيه إمكانيات جمع وحفظ وإعداد ونشر المعلومات المقروءة والمسموعة والمرئية، من خلال التكامل مع شبكات الاتصال والمعلومات الإلكترونية الرقمية الدولية دائمة التطور والنمو والاتساع والتي تشكل بالنتيجة وسط إعلامي مرئي ومسموع ينشر معلوماته عبر قنواته التي تشمل حتى وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية التقليدية من خلال شبكات الاتصال والمعلومات المحلية والإقليمية والدولية.

4- المجتمع الذي تختفي معه الحدود الجغرافية والسياسية للدول التي تخترقها شبكات الاتصال والمعلومات، وهو الاختراق الذي يشكل تهديداً مباشراً وخطيراً لأمن وقوانين الدول وللأعراف والتقاليد داخل المجتمعات المختلفة، وخاصة في الدول الأقل حظاً في التطور والنامية بشكل عام .

ويعتبر انتقال ونشر المعلومات دون عوائق أو قيود من أساسيات تشكيل المجتمع المعلوماتي، الذي يعتمد بالكثير على المنجزات والاكتشافات العلمية في مجال تقنيات الإعلام والاتصال وهو ما يضع الأوساط العلمية أمام واجب التصدي لمشاكل غير متوقعة، ناتجة عن تداعيات تشكل المجتمع المعلوماتي، سواء أكانت تنظيمية أم اجتماعية أم اقتصادية أم قانونية

والهدف من التصدي لتلك المشاكل هو خلق الظروف الملائمة لتلبية حاجات السوق الاستهلاكية المعلوماتية، دون الإضرار بمصالح الدول وحقوق المواطنين وأمن وسلامة أجهزة السلطات الدستورية، والمؤسسات الاقتصادية والمنظمات الشعبية والمهنية والعلمية، والهيئات العامة والخاصة، من خلال إيجاد الضوابط الكفيلة بتوفير شروط الأمن الإعلامي الشامل عند تشكيل وتداول الموارد المعلوماتية باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال المتطورة.

خطوات الانتقال إلى المجتمع المعلوماتي

وبالفعل نرى أن الكثير من دول العالم المتقدم تقوم فعلياً بإعداد أو تعد برامج لدخول المجتمع المعلوماتي، وتتخذ العديد من الخطوات العملية من أجل تحقيق مثل تلك البرامج في الواقع العملي وتنتظر تلك الدول من تطبيق تلك البرامج الوصول إلى الأهداف التالية:

1- رفع مستوى التكامل والحوار بين الهياكل الحكومية، والصناعية ورجال الأعمال ، والأفراد في المجتمع ، بهدف تحقيق الاستخدام الأقصى لإمكانيات تقنيات الإعلام والاتصال الحديثة من أجل تطوير المجتمع اقتصادياً وتحقيق فرص العمل لكل الشرائح السكانية ،

2- تحديث وتوسيع وتقوية البنية التحتية لوسائل الإعلام والاتصال التقليدية ورفع مستوى فاعلية أدائها الوظيفي .

3- الدفاع عن مصالح المجتمع، وحقوق الأفراد أثناء استخدام تكنولوجيا تخزين ونقل المعلومات .

4- حماية موارد المعلومات المتوفرة في الشبكات المعلوماتية؛ وتوسيع إمكانيات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في كافة المجالات العلمية والتطبيقية للاقتصاد الوطني .

5- تشجيع وتعميم استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتعميم أساليب المعلوماتية الحديثة في الأجهزة الحكومية، قبل غيرها بغية تأمين حقوق المواطنين في تبادل المعلومات والحصول عليها من تلك الأجهزة .

6- تعميم استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على جميع الأنشطة الإنسانية، مثل العمل، والمواصلات، وحماية البيئة، والصحة وغيرها من الأنشطة الإنسانية التي تهم المجتمع بأسره .

7- توفير إمكانيات المنافسة الحرة والشريفة في إطار المجتمع الإعلامي.

8- تحسين ظروف وصول وتداول المعلومات التكنولوجية والتقنية والبيئية والاقتصادية والعلمية وغيرها من الموارد المعلوماتية عبر شبكات الإعلام والاتصال .

9- تطوير البحوث العلمية والبحوث التمهيدية في مجال تطوير تكنولوجيا وتقنيات الإعلام والاتصال .

10- تنسيق الجهود الوطنية والقومية والدولية أثناء وضع سياسة الانتقال إلى المجتمع المعلوماتي بما يضمن تحقيق المصالح الوطنية من التعاون الدولي والاعتماد المتبادل بين الدول.

وفي هذه الحالة يجب أن يصبح المجال الإعلامي الدولي ليس أحد أهم مجالات التعاون الدولي فقط، وإنما مجالاً للتنافس الحر والشريف بين الدول الأكثر تطوراً والتي تملك البنية التحتية الإعلامية الحديثة، من خلال وضع

مقاييس تكنولوجية موحدة لمنتجاتها من تكنولوجيا وتقنيات وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية وأن تقدمها للمستهلكين من الدول غير المصنعة لتلك الوسائل أي الدول النامية، دون فرض أية شروط على كيفية تشكيل واستثمار البنى التحتية الإعلامية في تلك الدول، وأن ينحصر تأثير الدول المتقدمة على تطوير المجالات الإعلامية للدول غير المصنعة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال فقط دون التأثير على مواردها المعلوماتية بما يضمن عدم المساس بالأمن والمصالح الوطنية العليا للدول الصناعية المتطورة والدول الأقل تطوراً والدول النامية على حد سواء، أثناء وضع سياسات تطوير وتوفير وحماية أمن المجالات الإعلامية للدول الصناعية المتطورة.

مصاعب الانتقال إلى المجتمع المعلوماتي

وبغض النظر عن الوضع المالي الصعب الذي تعاني منه بعض الدول الأقل تطوراً كروسيا مثلاً، فإننا نراها قد استطاعت الحفاظ على الاتجاهات الأساسية للعلوم المرتبطة بالتطور الصناعي من حيث تطوير شبكة المؤسسات العلمية والحفاظ على مستوى التأهيل المهني فيها، وتطوير المدارس التقنية ، وتطوير نظام إعداد الكوادر ورفع مستواها المهني عن طريق التدريب المستمر طيلة مدة الخدمة الفعلية لتلك الكوادر، واستطاعت المحافظة على كمية وتنوع المجلات العلمية المتخصصة، مستفيدة إلى أبعد الحدود من التعاون الدولي المتاح لها ولكن المشكلة الرئيسية في روسيا وتلك الدول بقيت في مستوى توفير المعلومات العلمية المتطورة من الدول المتقدمة، وحجم ونوعية وطبيعة البنى التحتية المعلوماتية اللازمة في مجال العلوم والتعليم والبحث العلمي .

لأن مشكلة إعداد نظم الاتصال الكفيلة بتوفير الموارد المعلوماتية الضرورية لتطور العلوم النظرية والتطبيقية في ظروف إصلاح النظم الإعلامية القائمة

والتطور الاقتصادي تحتم على تلك الدول أن يكون التصدي لهذه المشكلة من المهام الأساسية للسياسة الحكومية وواجباتها لتلبية احتياجات نمو وتطور الاقتصاد الوطني سيما وأن العنصر الرئيسي اللازم للأبحاث العلمية والاستفادة العملية من نتائجها، يبقى مرتبطاً بالكامل بأشكال وأساليب توفير المعلومات والحقائق العلمية الحديثة والمتطورة آخذين بعين الاعتبار أهمية مؤشرات ونوعية الموارد المعلوماتية المتاحة لكوادر البحث العلمي في أي بلد من بلدان العالم لأن أي قصور في تأمين حاجة الباحثين العلميين من المعلومات الضرورية لمواضيع أبحاثهم العلمية سيؤدي حتماً ومن دون أدنى شك إلى تأخير تطور البحث العلمي، وبالتالي إلى تخلف حركة التطور العلمي والاقتصادي والثقافي والمعرفي في جميع فروع الاقتصاد الوطني.

وتحت تأثير مجموعة من الأسباب الموضوعية القائمة في الدول الأقل تطوراً وفي الدول النامية، لابد من إعادة النظر بكل مستويات أنظمة توفير الموارد المعلوماتية العلمية للمجتمع، بما فيها التعليم والبحث العلمي والاقتصاد الوطني بشكل عام والتي هي عادة أقل كلفة مما هي في الدول المتطورة، خلال فترة المرحلة الانتقالية من الخدمات الإعلامية إلى المجتمع المعلوماتي المنفتح

كما ونلمس في تلك الدول مدى محدودية الإمكانيات والموارد المتاحة التي لا تكفي حتى لتزويد المكتبات الوطنية ومراكز المعلومات الوطنية بالإصدارات الدورية العلمية المتخصصة والتقنية، سواء منها المطبوعة أم الإلكترونية محلية كانت أم أجنبية ومع ذلك فإننا نلمس تفاؤلاً كبيراً في تلك الدول يتجه نحو إمكانية حل تلك المعضلات في إطار برامج التعاون العلمي الدولي، وإطار الاعتماد المتبادل بين دول العالم من أجل تحسين أداء شبكات الموارد الإعلامية العلمية الإلكترونية الدولية، وتخفيض تكاليفها، وأجور استثمارها لمجالات البحث العلمي للدول التي تعاني من مشاكل مالية على الأقل ومساعدة تلك الدول على إقامة

شبكاتها الإعلامية العلمية وبنوك المعلومات الخاصة بها، ومكتباتها الإلكترونية ووضعها تحت تصرف المستخدمين في تلك الدول.

خاصة وأننا نرى من خلال نظرة سريعة في عالم اليوم أن المؤسسات العامة والخاصة على السواء، في أكثر دول العالم تقوم اليوم باستخدام تكنولوجيا المعلومات المتقدمة والحديثة، بغض النظر عن المشاكل المالية والاقتصادية التي تعاني منها تلك الدول

وأن العديد من دول العالم تقوم اليوم بإنتاج مصنفات معلوماتية إلكترونية على الأسطوانات المضغوطة وغيرها من التقنيات الناقلة للمعلومات ، إضافة لظهور آلاف النوافذ Web في شبكة الانترنيت Internet العالمية، فتحتها وتقوم بتشغيلها المؤسسات الحكومية والعامة والخاصة وحتى الأفراد في مختلف دول العالم

وتحوي تلك النوافذ على كم هائل من المعلومات المتنوعة العلمية والثقافية والتجارية وغير التجارية والاقتصادية والسياسية والترفيهي ، والثقافية وغيرها، إضافة للبرامج التعليمية والتربوية والتثقيفية بما فيها برامج التعلم عن بعد كما ونرى سعي مؤسسات التعليم العالي والمتوسط والمكتبات العامة وحتى المتاحف ووسائل الإعلام الجماهيرية التقليدية المغمورة في مختلف دول العالم لفتح نوافذها Web الخاصة في شبكة الانترنيت العالمية.

ضرورة وضع ضوابط للانتقال إلى المجتمع المعلوماتي :

الوضع الذي يفرض على تلك الدول الإسراع في وضع خطط شاملة تنطلق من أسس موضوعية وواقعية وموجه في إطار برامج ومشاريع التنمية الشاملة لإنشاء بنية تحتية إعلامية وطنية تعتمد على برامج التعاون الإقليمي

والدولي في هذا المجال الهام، وتوجيه تلك البرامج والمشاريع لخدمة وتطوير البحث العلمي وتأمين توزيع الموارد المعلوماتية توزيعاً سليماً وحمايتها، بما يكفل الوصول إلى المستوى العالمي المطلوب للخدمات المعلوماتية عبر الشبكات الإلكترونية في كل المجالات العلمية والتعليمية والثقافية والطبية والاقتصادية والمواصلات وغيرها من المجالات الهامة لمشاريع التنمية والاقتصاد الوطني بشكل عام.

وإقامة نظام متكامل للموارد المعلوماتية وتوزيعها، يعني إقامة شبكات اتصال إلكترونية تعتمد على الحاسبات الآلية الشخصية، تستخدم مقاييس معينة متفق عليها لإدخال واسترجاع المعلومات بشكل مدروس وممنهج، وإعادة توزيع تلك المعلومات على المستخدمين محلياً وإقليمياً وعالمياً . ومشروع كهذا يمكن أن يبدأ في إطار شبكة المؤسسات الحكومية التي يمكن أن تتكامل مع شبكات الموارد الإعلامية وبنوك المعلومات الأخرى الكبرى داخل الدولة، وداخل دول الجوار الإقليمي، والشبكات العالمية، آخذين بعين الاعتبار مصالح الأمن القومي والمصالح العليا للدولة في إطار هذا التكامل، والذي يمكن أن يأخذ الشكل التالي :

1- الشبكات الإلكترونية المرتبطة بوزارة الإعلام والمؤسسات الإعلامية أي المشروع الوطني لبنوك المعلومات.

2- الشبكات الإلكترونية العلمية للمكتبات ومراكز المعلومات لمؤسسات التعليم المتوسط والعالي ومراكز البحث العلمي.

والتي بدورها يمكن أن تتكامل مع الشبكات الإلكترونية الإقليمية والدولية والإنفاق على مثل تلك الشبكات يمكن توفيره من خلال التعاون المشترك وتضافر الإسهامات المالية المحلية والإقليمية والدولية للمعنيين بتنظيم تراكم ومعالجة وتداول تلك المعلومات.

والأهم من كل ذلك أن تنظيم البنية التحتية الأساسية للموارد المعلوماتية العلمية الوطنية، وتنظيم تكاملها الشبكي مع الموارد المعلوماتية الإقليمية والدولية لابد وأن يمر عبر قاعدة قانونية دقيقة تشمل حمايتها عن طريق تنظيم:

1- الضوابط القانونية للملكية الخاصة، وحقوق الملكية الفكرية المشتركة، التي تصبح في ظلها أية مادة إعلامية أو أي مصنف معلوماتي إلكتروني في الظروف التقنية الحديثة سهل السحب والنسخ .

2- الوضع القانوني للإصدارات الإعلامية الإلكترونية ونشرها.

3- الضوابط القانونية لضمان عدم مخالفة مضمون المصنفات الإعلامية الإلكترونية للقوانين النافذة.

4- الوضع القانوني للقائمين على تقديم وتقييم الخدمات الإعلامية عبر شبكات المعلومات الإلكترونية المسموعة والمرئية.

5- الأوضاع القانونية والمالية لموزعي المعلومات، وخاصة المؤسسات الممولة من ميزانية الدولة وغيرها من المؤسسات.

6- فاعلية الرقابة على تنفيذ مشاريع تنظيم البنية التحتية للموارد الإعلامية العلمية الوطنية، وتكاملها الشبكي الإقليمي والدولي .

7- ضوابط الوصول للمعلومات الإلكترونية عن نتائج الأبحاث العلمية الوطنية، وشروط الاستفادة من تلك النتائج خدمة للأوساط العلمية المحلية والإقليمية والدولية.

وبقي أن نشير هنا إلى ضرورة وضع الأدلة (الفهارس) الإلكترونية والمطبوعة ووضع أسس لنشرها في وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية الإلكترونية والتقليدية وتوزيعها، لضمان تسهيل عمليات الوصول للموارد المعلوماتية العلمية المحكمة عبر البنى التحتية للموارد الإعلامية الوطنية، وعبر شبكات المعلومات الدولية بما فيها شبكة الانترنيت العالمية لأنه دون التعريف بعناوين وطرق الوصول لتلك الموارد الإعلامية العلمية المحكمة لا يمكن الاستفادة منها ومن الكم الهائل من المعلومات المتوفرة حتى الآن في شبكات المعلومات الوطنية والإقليمية والدولية بشكل كامل.

التطوير اللازم للمجتمع المعلوماتي رهن بالسياسات الحكومية :

ولا أحد ينكر أن تطور البنى التحتية المعلوماتية العلمية الإلكترونية تحتاج لموارد مادية هائلة، وأنها تعتبر من مهام بناء المجتمع المعلوماتي الذي يعتبر جزءاً لا يتجزأ من حضارة القرن الحادي والعشرين، وهي رهن بالسياسات الحكومية الرسمية، وأن عملية بناء المجتمع المعلوماتي هي عملية متكاملة، تحتاج لتكثيف جهود الجميع، ومختلف الاتجاهات العلمية.

ويجب أن يؤخذ بعين الاعتبار كل التخصصات العلمية، ومصطلحاتها ومشاكلها الناشئة نتيجة لدخولها عصر المجتمع المعلوماتي، ودراسة المشاكل الفلسفية والاجتماعية والاقتصادية، وتأثيرها الناتج عن الانتشار الواسع والسريع للمعلومات وتكنولوجيا الاتصال المتقدمة، والقيام بمجموعة من الأبحاث العلمية النظرية والتطبيقية، دعماً للجهود المتواصلة لخلق الظروف المواتية للانتقال إلى المجتمع المعلوماتي سمة القرن الحادي والعشرين.

الإعلام وتنمية المجتمع

أصبحت وسائل الإعلام الجماهيري تلعب دورا هاما في تنمية المجتمعات و إحداث التغييرات في السلوك والأنشطة، وقد قامت كثير من الدراسات والبحوث التي تبحث في العلاقة بين الإعلام والتنمية ، إذ أن العلاقة بين الإعلام و التنمية علاقة أزلية وقديمة وترتبط بالفطرة البشرية كنشاط طبيعي في الحياة اليومية، ويؤرخ بنهاية العقد الخامس من القرن الماضي للاهتمام بدور وسائل الإعلام في التنمية ، وقد أعدت اليونسكو دراسات حاولت من خلالها طرح المشكلة وتبنت الجمعية العامة للأمم المتحدة في مطلع 1962 قرارا دعت فيه لتطوير وسائل الإعلام في التنمية، وقد أشار ولبور شرام في كتابه (Mass Communication and National Development)إلى أن الأدوار بين الإعلام والتنمية تتمحور في دور الإعلام في توسيع آفاق الناس ويمكنها أن تلعب دور الرقيب ، ويمكنها أن تشد الانتباه إلى قضايا محددة ، وكذلك يمكن أن ترفع طموحات الناس ، وان تصنع مناخا ملائما للتنمية إضافة لما لو سائل الإعلام من وظائف ومهام تعليمية ودور في صناعة القرار.

وقد كان للجنة الدولية لدراسة قضايا الإعلام المنبثقة عن اليونسكو والتي نشر تقريرها في عام 1980 وكان للتقرير نتائج هامة على بنية الإعلام ووظائفه وخاصة في مجال التنمية، وقد شكلت هذه اللجنة برئاسة شون ماكبرايد وعضوية اعلاميين ومفكرين من مختلف مناطق العالم، وتوصلت هذه اللجنة إلى بعض المعايير التي يمكن أن تشكل مرجعية وإطارا لأي سياسة إعلامية تنموية باعتبار أن الدور التنموي للإعلام يضع أسس للحوار الايجابي بسبب ارتباطه بطبيعة تطور المجتمعات واختلاف الاولويات التنموية وبتعدد السياسات المتعلقة

بمفاهيم التنمية من جهة والإعلام من جهة ثانية وتأثرها بالتطور العاصف في التقنيات.

المسئوليات التي تقع على عاتق الإعلام في النهوض بالمجتمع وإنسانه تجعل من العلاقة بين الإعلام والتنمية أكثر تقاربا خاصة في دول العالم الثالث، بحيث أن الجهة المسئولة عن الإعلام وعن التنمية هي الحكومات، فالحكومات هي التي تسيطر على وسائل الإعلام وفي الوقت ذاته هي التي تقترح خطط التنمية وتنفذها، وأيضا لا يعقل إمكانية حدوث تنمية دون مشاركة جماهيرية ، وحينها يصبح دور وسائل الإعلام حيويا في توعية الجماهير وتعبئتها من اجل بذل الجهود من اجل التنمية، إذ من المعلوم أن وسائل الإعلام تقوم بدور فعال في صياغة الرأي العام وتشكيله إزاء كل القضايا التنموية المطروحة، ويلاحظ أن الإعلام في الدولة النامية يتبنى نظريات ووجهات النظر الغربية في كيفية استغلال وسائل الإعلام في تحقيق التنمية البشرية والاقتصادية والثقافية ، ولعل ولبور شرام أشار إلى تبني الدول النامية وجهات النظر الغربية في استخدام وسائل الإعلام لتحقيق التنمية أدت لظهور ما يطلق عليه الإعلام التنموي والذي تعرفه نورا كويبر ال بقولها:(الإعلام التنموي هو فن وعلم الاتصال الإنساني الذي يستهدف الإسراع في تحول بلد من الفقر إلى حالة ديناميكية من النمو الاقتصادي، والذي يوفر إمكانية أعظم للمساواة الاقتصادية والاجتماعية، وإنجازا أعظم للإمكانيات البشرية) .

متطلبات الإعلام التنموي:

ولدراسة حدود العلاقة بين الإعلام والتنمية، فهذا يستلزم

1. فهم طبيعة عملية الاتصال، والذي يؤدي إلى إدراك أنها عملية مشاركة يكون فيها الاهتمام بجمهور المتلقين ورجع صداهم أمرا هاما في نجاحها وخاصة في البرامج ذات الصبغة التنموية.

2. فهم وظائف الاتصال، إن للاتصال مجموعة وظائف وهي وظيفة الإعلام، وظيفة التعليم، وظيفة تغيير السلوك والمواقف، وظيفة الترفيه ووظيفة الرقابة، وإدراك هذه الوظائف مهم في عملية التنمية إذ تسهم في الشعور بالانتماء للدولة، وتهيئة الناس ليؤدوا مهام جديدة وليلعبوا دورهم كأمة بين الأمم فضلا عن تزويد المجتمع بمعلومات حول القضايا المحلية والوطنية والقومية والدولية.

3. فهم نظريات التأثير لوسائل الاتصال على المستوى الفردي والجماعي والمجتمعي، وما تقدمه من فهم لطبيعة وميزات كل وسيلة من وسائل الاتصال وما تقدمه من فهم للمتغيرات التي تؤثر على عملية الاتصال ومن أهمية للتخطيط الاتصالي القائم على البحوث التجريبية والميدانية والمسحية وتحليل المضمون للوسائل الإعلامية.

فان الإعلام التنموي من غير تخطيط سينتج إعلاما تمتلك مؤسساته أحدث معدات التقنية الاتصالية من محطات إذاعة مسموعة ومرئية ومطابع واستديوهات إنتاج وقدرة على الإرسال تمتد لساعات طويلة بكل اللغات، وقدرة على شراء البرامج من حيثما توافرت وبأي الأسعار، إلا أن ذلك كله سيصبح غير قادر مع غياب خطة لإعلام تنموي أن ي حقق الأهداف الوطنية المنشودة في تحويل المنجزات الكمية إلى منجزات نوعية، وفي إنجاز البنى الأساسية للبشرية.

ويرى الان هانكوك "إن مبررات التخطيط للاتصال هي عموما نفسها مبررات التخطيط للتنمية، وذلك إن التنمية تتطلب طرق توظيف وتنسيق والمحافظة على إعداد قد تتطلب مؤسسات تدير الموارد بطريقة متكاملة والتخطيط للاتصال مبدأ مركزي وأساسي لان موارد الاتصال مقارنة بالموارد الأخرى هي موارد مادية وبشرية ومن خلال عملية تنميتها تكمن أهميتها كنشاط اقتصادي وكوسيلة لمتابعة النشاطات الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية، ولذا يمكن لوسائل الإعلام أن تستفيد من الأسلوب المخطط والمتكامل والذي يحتاج إلى إيجاد أساليب وبنى يمكنها ان تعزز أو تشجع هذا التكامل.

إن التخطيط للإعلام التنموي يحتاج إلى مقومات أساسية أولها توافر المعلومات والتي يمكن أن توفرها بحوث الاتصال، و تحتاج إلى قائمين بالاتصال مدربين و واعين لدور الإعلام ونظرياته و تأثيره وواعين لطبيعة الجمهور وحاجاته، وتحتاج كذلك إلى وعي اجتماعي بالظروف الاجتماعية والسياسية والاقتصادية ومراعاة المتغيرات التي يقع بعضها في دائرة المتغيرات الاتصالية من مرسل ، مستقبل ، رسالة ، جمهور و عناصر تشويش ورسائل منافسة

وترتبط السياسة الاتصالية وتتوافق مع طبيعة النظام السياسي الاقتصادي و الاجتماعي القائم في المجتمع، وتتعلق ببنية النظام وسياساته و التشريعات و القوانين والأنظمة، وبالواقع الطبقي والاقتصادي ، وبالتقاليد والعادات وسلم القيم في المجتمع، وبالمرحلة التي قطعتها التنمية وبطبيعة الحال تتأثر بالتعددية والاعتراف المتبادل في المجتمع المدني.

نجد أن الدول النامية التي تتبنى الخط الاشتراكي تنظر للإعلام كأداة جوهرية لعملية التنمية السياسية والاجتماعية لا بد وان يخضع لسيطرة الدولة وتخطيطها وتوجيهها أما الدول التي تسير في فلك الدوائر الرأسمالية فنجد

إنها تعطي أهمية كبرى لتعليم الصغار و محو أمية الكبار ومع ذلك فهي لا تعطي أهمية لوسائل الإعلام، إذ لا تفكر النخبة الحاكمة في هذه الدول في التأثيرات الهدامة للإعلام والتي تأخذ شكل الانحراف أو الفوضى أو اللامبالاة.

الاهتمام بالتعرف على الانعكاسات والآثار الخاصة بالعملية الإعلامية في التنمية ، إذ تنعكس اثأر الظاهرة الايدولوجية على الظاهرة الاتصالية في الآتي : الأولى هي عملية التخطيط الإعلامي، إذ يعد التخطيط من الجوانب الأساسية للاتصال التنموي، والثانية هي عملية تحديد الأهداف الإعلامية و أهداف السياسة الاتصالية والثالثة هي عملية صنع الأهداف الإعلامية.

ونجاح الخطط التنموية هو رهين مشاركة القوى الحية والمنتجة، ولن تتم هذه المشاركة-بصفة شاملة وايجابية ما لم يقع إعلام المعنيين وتوعيتهم وتحسيسهم وتربيتهم وتثقيفهم، لذلك تعيّن ضبط سياسات إعلامية وطنية تحدد الاولويات وتضبط الوسائل المعتمدة قصد بلوغ الأهداف.

لكن رغم هذا التباين في وضع الإعلام في الدول النامية إلا إن هناك بعض الخصائص المشتركة للإعلام في هذه الدول التي ترتبط بكون الدولة دولة نامية وبصرف النظر عن نظام الحكم فيها ومن أهم هذه الخصائص :

-ضآلة انتشار وسائل الإعلام في الدول النامية، و كذلك نجد إن الخدمة الإعلامية تغطي نسبة ضئيلة من السكان، كما يتركز معظم سكان الدول النامية في الريف فتصلهم نسبة ضئيلة جدا من الخدمة الإعلامية.

-تحتل الكلمة المكتوبة في الدول المتقدمة المرتبة الأولى بينما تمثل هذه المرتبة في الدول النامية الكلمة المسموعة (الراديو).

-الطابع الحضري هو عادة الطابع المسيطر على المادة الإعلامية، فهي لا تلقى اهتماما من جانب قطاع كبير من جمهور الدول النامية وهم سكان الريف حيث لا تمس حياتهم أو مشكلاتهم أو اهتماماتهم ، وذلك يرجع للتوجه الحضري لمعديها و المسئولين عنها.

- تفتقر الدول النامية إلى المعرفة العلمية التي تلقي الضوء على الاتصال الجمعي سواء بالنسبة لأساليب الاتصال التقليدية أو بالنسبة للإعلام و وسائله ومدى فاعليتها والاستجابة لرسائلها.

التنمية قبل كل شئ تنمية بشرية وثقافية تستلزم إحداث تغييرات جوهرية في الفعل والسلوك في الأراء والاتجاهات والمعتقدات والقيم وطرق التفكير، مما يستلزم إيجاد الوعي بالحاجة إلى التنمية والتغيير، و هناك إجماع على إن وسائل الإعلام بما تقدمه من معلومات تتيح الانفتاح على الدول المتقدمة و تهيئ على الأقل المناخ الصالح للتنمية والتغيير، ويرى علماء الاتصال انه بدون استثارة طموح الأفراد وحثهم على الكفاح من اجل حياة أفضل فان التنمية تصبح مستحيلة، وكذلك تنجح وسائل الإعلام في إثارة الاهتمام وتركيز الانتباه على عادات وممارسات تقنية جديدة تساعد على إدراك الأفراد بالحاجة إلى تغيير بعض عاداتهم وأنماط سلوكهم .

دور الإعلام في التنمية (رؤية المدرسة الاشتراكية) :

تتسم العلاقة المركبة بين الإعلام والتنمية بالتداخل والتفاعل لدرجة يصعب معها وضع تعريفات محددة للإعلام والتنمية خصوصا في الدول النامية فالتنمية عملية تهدف إلى إنضاج و تهيئة الأساس المادي والموضوعي للتطور المجتمعي الشامل من خلال التأثير في سلوك الأفراد والجماعات، و من هنا يبدأ دور الإعلام الذي يظل محكوما بقدرة التطور الاقتصادي على خلق الشروط

الجديدة والعلاقات والعادات الجديدة، وقد اكتسب الإعلام أهمية قصوى في عملية التنمية من خلال كونه ابرز أداة تستطيع إن تعكس الصراع الأيديولوجي و السياسي بين التيارات الفكرية والقوى السياسية المختلفة، وكذلك من خلال التطور الهائل الذي طرا على وسائل الإعلام منذ اختراع المطبعة عام 1455 والسينما 1895 و ظهور الإذاعة 1935 و أخيرا الأقمار الصناعية والشبكة العالمية للمعلومات (الانترنت) الأمر الذي ضاعف من قوته وتوسعه وشموله، وذلك جعل الإعلام قوة عظيمة تمارس تأثيرا غير محدود في مجال التنمية من حيث تهيئة الشروط الموضوعية لتنفيذ برامجها وتقويمها وتحديد اتجاهاتها من خلال التوعية السياسية والثقافية والفكرية و الاجتماعية.

هذا ويتركز محور العمل الإعلامي في عملية التنمية كما يحدده منظرو المدرسة الاشتراكية في مدى تأكيده على وحدة النظرية والتطبيق من خلال تمثل الإعلام واستيعابه لمحتويات خطط التنمية بأهدافها العامة الكمية والنوعية و الأهداف التفصيلية والاجتماعية والاقتصادية المرتبطة بها ثم نقل هذا المحتوى إلى الجمهور، فالإعلام يمارس عملية إقناع الجماهير بصحة هذه الأهداف من خلال تحليل النظام الاقتصادي و طبيعة التركيب الطبقي للمجتمع و التناقضات الاجتماعية ومظاهر التقدم والتخلف وعلاقة كل هذه العوامل بخطط التنمية وبرامجها، فعملية التوعية التي يقوم بها الإعلام في إطار التنمية فهي أساسا تحويل الفكر إلى قوة مادية ملموسة من خلال الارتفاع بوعي الجماهير إلى مستوى فهم السياسة و تطبيقاتها.

دور الإعلام في التنمية (رؤية المدرسة الغربية):

تؤكد المدرسة الغربية على أهمية الإعلام والاتصال باعتباره ابرز مكونات النظام السياسي المعاصر بل إن بعض الأساتذة الأمريكيين ينظرون إلى النظام

السياسي باعتباره شبكة من الاتصالات أو القنوات الاتصالية وان النظم الفرعية أي الأحزاب وجماعات المصالح ووسائل الإعلام عبارة عن نظم اتصال مصغرة وان النظام السياسي هو نظام تاريخي له ذاكرة ولد يه طوفان مستمر من المعرفة ، وكذلك يرون إن الاتصال يلعب دورا كبيرا في إطار النظام السياسي ويقترحون تناول التنمية من خلال منطلق اتصالي يركز على ثلاث حقائق أساسية هي:

- إن الاتصال كعملية يتخلل السياسة كنشاط.
- يمكن وصف جوانب الحياة السياسية كأنماط للاتصال.
- شمولية عملية الاتصال ومرونة الإطار المرجعي لعلم السياسة.

وترى المدرسة الوظيفية في الغرب إن هناك ثلاث وظائف عامة لجميع النظم السياسية هي:

- الاتصال
- التعبير عن المصالح
- تجميع المصالح.

وفي دول العالم الثالث تتدخل الحكومات بشكل مباشر في وسائل الإعلام وتحديد مسئولياتها مما يؤثر سلبا على نوعية الرسائل الإعلامية والاختيارات المتاحة و كذلك يؤثر على نوعية الكوادر المؤهلة لقيادة المؤسسات الإعلامية فضلا عن دورها في تكريس التبعية الثقافية و الإعلامية.

الإعلام والنظام

القيمى والإجتماعى

وهنا نشرح مدى تأثير وسائل الإعلام ونتعرض فيها لابرز جوانب تلك التوابع ومخاطرها، والتي منها تركيز مضامين الرسائل الاتصالية على عنصر الصراع، وتغذية ممارسات العنف لدى الافراد .

وهناك مخاطر منها تغير الاتجاه وخلق "صورة ذهنية مشوهة عن المرأة من قبل عدد من الفضائيات، الامر الذي شكل عنفا إضافيا في حقها، رافقت ممارسات العنف والصراع اليومية في الحياة، وبحث في دوافع خلق القائمين بالاتصال فيها لمثل هكذا صورة بعيدة عن الواقع، واثارها الاجتماعية والنفسية المستقبلية على المرأة ، ودور التشريعات القانونية في التصدي لمثل هذه الممارسات .

دور القنوات الفضائية في المجتمعات المختلفة

وفرت القنوات الفضائية عناصر الاتاحة الفورية للاحداث المهمة للناس العاديين في انحاء العالم، ولعل ابرز البدايات العالمية في ذلك، كانت حين نقلت شبكة (CNN) التي تبث رسائلها من اطلانطا الامريكية، وقائع انقلاب موسكو مطلع تسعينيات القرن الماضي، مباشرة الى العالم، وكان الموسكوفيون انفسهم يراقبون احداث الانقلاب في منازلهم عبر هذه الشبكة، التي كان لتغطيتها المباشرة لأحداث الحرب على العراق 1991 الدور الكبير في انتشارها عالميا.

ومع منتصف العقد التسعيني، بدأت اغلب الحكومات العربية باطلاق قنواتها الفضائية الرسمية، إلا أنها حملت تلك الأهداف التي سعت لتحقيقها

في تأسيسها للوكالات الوطنية للأنباء (1956- 1976)، مع بدايات تحررها من الاستعمار، والتي لم تأت لظروف موضوعية، وإنما لدوافع تتعلق باستكمال هيبة الدولة، بجعلها أداة للتعبئة الجماهيرية، والتوظيف السياسي، على وفق أجندات الأنظمة السياسية الحاكمة.

لقد نبهت أحداث (11-ايلول- 2001)، وما أعقبتها من حملات إعلامية غربية مكثفة، هدفت الى تقديم صورة ذهنية مشوهة عن العرب والمسلمين، الحكومات العربية بضرورة تطوير القنوات الفضائية العربية، وتعزيز وظائفها الإعلامية المتعددة، في محاولة لاجتذاب المتلقين العرب، لا سيما من فئتي المراهقين والشباب، ممن بدأوا بالتعرض للفضائيات الأجنبية الوافدة حينذاك، لما امتلكته من عناصر إثارة وجذب وتشويق، فضلا عن توفيرها الفرص الكبيرة لتعلم اللغات الأجنبية، والتقاط ألفاظ ومدلولات "جديدة"، يتداولوها في تجمعاتهم، ويكرس من خطورة ذلك، إن هناك من ينظر إلى اللغة الإنكليزية على أنها أصبحت تعني أكثر من مجرد اللغة او الأدب، وأنها تعني تنشئة أفضل وشخصية أكثر جاذبية.

وفي المقابل .. أظهرت دراسة أجريت على عينة من الإعلاميين الغربيين والقائمين بالاتصال في هذه المؤسسات الإعلامية ، ان 85.7 منهم يرون ان العرب والمسلمين أصوليون ، و 78،6 معادين للغرب ، و 69 يرونهم معادين للمرأة، و 67.3 يرونهم معادين لحقوق الإنسان ، و 66،1 يرونهم إرهابيين ، و 50.9% يرونهم متخلفين ... وهذه الصورة المنحازة لدى القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الغربية – فضلا عن توجهات وسياسات مؤسساتهم وحكوماتهم - تكون دافعا لتقديم صورة مشوهة للأحداث والوقائع الأصلية المتعلقة بالواقع العربي.

قيم الإعلام في المجتمعات العربية

معروف إن وسائل الإعلام – ومنها القنوات الفضائية ينبغي لها ان تعتمد " قيما"، هي أشبه بقواعد لانتقاء الرسائل الإعلامية المختلفة من قبل القائم بالاتصال، والذي كان يقوم بمهام ما يعرف بحارس البوابة، والذي يسلم البعض بغياب أهمية دوره نتيجة تعددية هذه الوسائل.

وتتعلق هذه "القيم"، او تفسيراتها بالجوانب الاجتماعية والدينية والثقافية والسياسية والاقتصادية، لمجتمعات وسائل الإعلام ومتلقيها، وتنسجم مع عاداتهم وتقاليدهم، وتعاقبت ت اريخيا نظريات مختلفة في العمل الإعلامي ومنها النظرية السلطوية، ونظرية الإرادة الحرة، والنظرية الليبرالية والنظرية الاشتراكية، فضلا عن نظرية المسؤولية الاجتماعية ، التي ترى ان من يتمتع بالحرية يجب ان تكون عليه التزامات معينة إزاء المجتمع.

وإذا كانت قيمة "الإثارة تحمل من بين معانيها في المدارس الإعلامية الغربية ما يتعلق بالغرائز والفضائح الجنسية وقصص العشق والمغامرات العاطفية ، فان هذه القيمة ينبغي ان تشير في مجتمعنا العربي الى اثارة الانتبا لما في المادة الإعلامية من أهمية، اي أنها إثارة عقلية لا غريزية.

العنف المتلفز

على الرغم من ان ظاهرة العنف موجودة – أصلا منذ ظهور الإنسان الأول، إلى أن دراسات إعلامية مختلفة أجمعت على ان القنوات الفضائية صارت إحدى الدوافع المهمة التي تكرس من السلوك العنيف بين الأفراد ، لا سيما أن الكثير من القائمين بالاتصال ركزوا على قيمة "الصرّاع المتضمنة مشاهد العنف، في انتقاء الرسائل الإعلامية – على الرغم من حدة الانتقادات التي وجهت إليهم في ذلك – وعللوا ذلك بان الحياة قائمة على صراع ليس بين الأفراد فقط، وإنما بين الدول والأمم ، وان الإعلام الموضوعي هو ناقل دقيق

للإحداث وقد أسهمت تلك الرسائل الإعلامية ،بشكل تراكمي، في تنامي السلوك العنيف، لدى أعداد كبيرة من المتلقين لها.

وقد تبدأ تغذية السلوك العنيف مع الأطفال، و تنمو معه في مراحل عمرية لاحقة، وما زالت مشاهد العنف التلفزيوني تلقى قبولا كبيرا بين الأطفال ممن يتعرضون لها عبر الشاشات، ونشير هنا إلى أن الأفلام الكرتونية للأطفال التي تحمل الصراع والعنف، استحوذت على المراكز الأولى في "شبابيك التذاكر " في صالات العرض الأمريكية، التي تشكل بورصة السينما العالمية وسجل فلم الجريمة ((رجل العصابات الأمريكي)) أعلى الإيرادات بمبلغ 243 مليون دولار حتى 2007، وتدور قصته حول الصراع مع تاجر مخدرات شرير وتبعه بمركزين فلم ((أسود و حملان))، ويتحدث عن إصابة جنديين أمريكيين في الحرب في أفغانستان.

فقد تحدثت إحدى الباحثات الأكاديميات، عن طالبة عرضت على لجنة التأديب، بسبب قضية أخلاقية قالت الأخت الفاضلة، إن الطالبة عزت انحرافها السلوكي لمشاهدتها برنامجاً معيناً في التلفزيون تقول الأخت لم أستوعب أن يكون التلفزيون مسئولا عن انحراف أخلاقي بهذا الحجم وتضيف أرغمت نفسي على الجلوس أمام التلفزيون لمشاهدة البرنامج (أفلام مكسيكية مدبلجة) مع بنات قريبات لي في سن تلك الطالبة وأصغر

كانت تجربة مخيفة، والكلام للباحثة الكريمة : لقد أحسست وأنا المرأة الناضجة بالأثر التدميري الذي تحدثه هذه البرامج في أنساق سلوكية قطعية الفكرة الرئيسية للبرنامج التي كانت تبرز لي وأنا منهمكة في المتابعة ، هي تطبيع (العلاقات المحرمة) بين الرجاء والنساء الفكرة الثانية التي تأتي بعدها في

ترتيب (مدروس) أن هذه العلاقات أمر (عادي) يمر به كل مراهق ومراهقة وأنها مرتبطة بفترة معينة وأنها يمكن أن تنسى .

تمتلك وسائل الإعلام من خلال ما تبثه القدرة على تغيير نظرة الناس إلى الحياة وإلى العالم من حولهم، من خلال تغيير مواقفهم تجاه الأشخاص والقضايا، فيتغير بالتالي، حكمهم عليها، وموقفهم منها، فمثلاً حينما تمطرنا وسائل الإعلام الغربية بعشرات المواضيع الإعلامية، المقروءة، والمسموعة عن (السودان الأصولي)، الذي (ينتهك) حقوق الإنسان، ويرعى الإرهاب تكون النتيجة أن القارئ الساذج والمستمع السطحي يغير موقفه من السودان، فيصبح السودان المسلم خطراً يهدد الأمن الإقليمي، وتصبح عصابات جون قرنق الصليبي المتمردة اسمها (الجيش الشعبي لتحرير السودان)

تغيير المواقف والاتجاهات:

لا يقتصر على الموقف من الأفراد والقضايا، بل يشمل القيم وبعض أنماط السلوك ، وهو ما بدا واضحاً في سلوك الطالبة التي وردت قصتها قبل قليل، فكثيرا ما قبل الناس ، وتعاملوا بلا مبالاة ، مع سلوك كانوا يأنفونه ويشمئزون منه، وكثيراً أيضاً ما تخلى الناس عن قيم كانت راسخة، واستبدلوا بها قيماً دخيلة، كانت موضع استهجان فيما سبق

إن (المتغير) الذي دخل حياتنا، وأحدث خللاً في منظومة القيم التي تحكم علاقاتنا تجاه الآخرين (أقاربنا، جيراننا بقية أفراد المجتمع)، وتحكم كذلك رؤيتنا للأمور (حلال ، حرام ، عيب ، شرف ، عرض) ليس الساقط ، وما أدى إليه من وفرة مادية، ولا اقتناءنا للسيارات والأجهزة الإلكترونية المعقدة، وغيرها من منتجات الحضارة الحديثة، إن تعرض منظومتنا القيمية والأخلاقية لسيل لا ينقطع من المفاهيم، والتصورات المضادة والقيم المتناقضة والثقافات (الأخرى)

عبر (مصادر) معلومات متعددة، في مقدمتها وسائل الإعلام هو الذي أحدث الخلخلة التي نراها في النظام الأخلاقي والسلوك العام لمجتمعنا

إن المسألة ليست (هشاشة) ثقافتنا، وقابليتها للاختراق، ولا ضعف (مناعة) نظامنا القيمي ضد الثقافات والأفكار الأخرى ، إننا أمام واقع استهدفت فيه مجتمعاتنا في أضعف حلقاتها أطفالها وشبابها وفتياتها ، إن سياسة (تجفيف المنابع) في بعض البلاد العربية والإسلامية، وحملات الإثارة الغرائزية والشهوانية التي تقودها (الفضائيات) إضافة إلى انحسار الدور التربوي للبيت ومؤسسات المجتمع التربوية الأخرى ، وعجزها عن تحصين الأطفال والشباب أدى إلى هذا السقوط الأخلاقي الذي نشهده والخلخلة التي تهدد نظامنا القيمي والاجتماعي

في عملية تغير الموقف والاتجاه سواء على مستوى الأشخاص والقضايا أو على مستوى القيم والسلوك، يبقى الإعلام عاملاً مؤثراً ورئيساً في عملية التحول تلك، فمن خلال الرسائل الإعلامية (المعلومات) الصحيحة، أو المشبوهة، أو حتى المكذوبة، التي تقدمها وسائل الإعلام يشكل الفرد من الجمهور موقفه، إن الإنسان أياً كان لا بد أن يكون له حكمه الخاص على كل ما يصادفه في بيئته، من أفراد أو قضايا أو سلوك، هذا الحكم تشكل لديه على أساس من المعلومات المتوفرة لديه ألسنا في طفولتنا نحكم على الأشياء (صواب أو خطأ) من خلال (المعلومات) التي يوفرها لنا والدانا وكذلك يفعل أطفالنا انطلاقا من القاعدة نفسها، إن وسائل الإعلام بما تبثه من كم هائل من الرسائل الإعلامية (معلومات)، وسعت مساحة نفوذها في عقول أبنائنا وبناتنا على حساب (المعلومات) التي نوفرها نحن لهم كما أن وسائل الإعلام نفسها استحوذت على الجزء الأعظم من مصادر المعلومات التي نستقي منها فهمنا وبالتالي حكمنا على الأشياء

إن وسائل الإعلام أصبحت تؤثر في مواقفنا لأننا أصبحنا نتعرض لها وحدها بطريقة تشبه الإدمان، والنتيجة الطبيعية لحالة التلقي من (مصدر واحد) هي فهم الأمور والحكم عليها بطريقة واحدة من خلال وجهة نظر واحدة إن وجهة النظر ذات البعد الواحد غالباً بل دائماً ما تكون ناقصة ومنحازة لذا فالاتجاه الذي يشكل لدينا حيال أمر ما بتأثير وسائل الإعلام يحمل السمات نفسها أي أنه ليس دائماً صواباً

التغيير المعرفي Cognitive Change الذي تحدثه وسائل الإعلام في الجمهور:

اعم واشمل من تغيير الموقف او الاتجاه Attitude Change. المعرفة في أبسط تعريف لها هي (مجموع المعلومات) التي لدى الفرد وتشمل الاعتقادات والمواقف والآراء والسلوك، المعرفة بوضعها هذا، أعمق أثراً في حياة الإنسان، إن التغيير في المواقف طارئ وعارض سرعان ما يزول بزوال المؤثر فيعود كما كان سابقاً، أو ربما ينحى منحى إيجابياً عكس ما كان عليه

أما التغير المعرفي فهو بعيد الجذور يمر بعملية تحول بطيئة تستغرق زمناً طويلاً تؤثر وسائل الإعلام في التكوين المعرفي للأفراد، من خلال عملية التعرض الطويلة المدى لوسائل الإعلام كمصادر للمعلومات فتقوم باجتثاث الأصول المعرفية القائمة لمسألة أو لمجموعة من المسائل لدى الأفراد، وإحلال أصول معرفية جديدة بدلاً منها، إن تأثير وسائل الإعلام في طريقة تفكيرنا وأسلوب تقييمنا للأشياء من خلال ما نتلقاه منها من معلومات يؤدي إلى تحول في قناعاتنا وفي معتقداتنا، لأن العقائد حصيلة المعرفة التي اكتسبناها، أي إن عقيدتنا في شيء هي نتاج ما علمناه عن ذلك الشيء.

فمثلاً نحن نعرف الحلال والحرام وهذه عقيدة، من خلال العلم والمعرفة التي تعلمناها عن ذلك الحلال والحرام، لو سقنا مثالاً لشرح هذا المفهوم فإن دور

المرأة في المجتمع وما لها وما عليها هو حصيلة ما عرفناه عن ذلك الدور من تعاليم ديننا، بمعنى آخر وضع المرأة كما رسمه الإسلام هو (التكوين المعرفي) الذي لدينا عن واقع المرأة في المجتمع المسلم

في مثال المرأة، يحدث التغيير المعرفي، من خلال وسائل الإعلام، حينما تقوم تلك الوسائل بتقديم المرأة ضمن (إطار معرفي) مخالف للتكوين المعرفي الذي لدى الجمهور عن دور المرأة كما تعلموه وآمنوا به، تلجأ وسائل الإعلام في سبيل ذلك إلى استخدام قوالب جذابة، (تعرض) من خلالها المرأة فهي ناجحة لأنها متحررة من ضوابط القيم وهي محط الأنظار لأنها استغلت النواحي الجمالية في جسدها، وهي مشهورة، لأنه عرف عنها مقاومة الأعراف والتقاليد وهكذا تتم عملية التغيير المعرفي عبر عملية طويلة، تتنوع فيها جزئيات التكون المعرفي الجديدة التي يراد إحلالها محل المعرفة القديمة

فهذه مسلسلة تصور العلاقة بين الرجل والمرأة، من خلال رؤية (عصرية) تبدو فيها (العلاقات المحرمة) نوعاً من المتعة العابرة وحق) من حقوق الحرية الشخصية، المسلسلات المكسيكية مثال، و(أنا لن أعيش في جلباب أبي) مثال آخر وهذا مقال يتحدث عن (قصة نجاح) فتاة تغلبت على ظروفها، فتمردت على التقاليد وسافرت وحدها إلى أمريكا، حيث رجعت بأعلى الشهادات، وقابلت هناك شخصاً فأحبته وتزوجته(.) ثم هناك خبر عن (إنجاز) نسائي، حيث حصدت النساء الألمانيات الميداليات الذهبية في مسابقات العدو للمسافات القصيرة والسباحة الحرة، بينما (فشل) الرجل في تحقيق أي شيء

لا يخلو (المشهد) الطويل لعملية التغيير المعرفي (المقصودة) الذي تقدمه وسائل الإعلام من امرأة ترأس مجلس إدارة إحدى الشركات ، وفتاة حافظت على (عفتها) وهي تعمل في بيئة مختلطة، وقاومت (تحرشات) بعض الرجال

قليلي الأدب الذين لا تخلو حتى المجتمعات المحافظة منهم ، كما تغرس وسائل الإعلام ذلك في عقولنا وتؤكد لنا في كل مناسبة ، أن العفة والأخلاق والحجاب (في القلب)، ولا علاقة لها بـ (المظهر) والسلوك ، وهكذا تتجمع (جزئيات المعرفة) الجديدة لوضع المرأة بين حياة عصرية، وتمرد على التقاليد وإنجازات (تفوقت) فيها على الرجال لتشكل إطاراً (معرفياً) جديداً، يحل شيئاً فشيئاً محل القديم

ما سبق ليس إلا مثالاً يوضح كيف يحدث التغيير المعرفي عبر وسائل الإعلام، وإلا فالعملية أعقد من ذلك بكثير، إذ تتداخل فيها عوامل كثيرة ، مثل شخصية الإنسان وبنيته الاجتماعية، وتشكيله الثقافي، ونفوذ قوى الضغط الاجتماعي المضادة في المجتمع.

الفصل الرابع

الإعلام والتنمية الثقافية

الإعلام والتنمية الثقافية

وسط اكتساح التكنولوجيا لوجودنا المعاصر، و في خضّم غابة وسائل الاتصال وزحمة الفضائيات والمواقع الإلكترونية، وفي وقت يبدو المثقف الواعي في حيرة من أمره و يسعى الى احتضان مفردات الثقافة والتقانة و مواكبتها؛ يجد المفكر الميداني نفسه مطالبًا وأكثر من أي وقت مضى بتقديم رؤية إنسانية متكاملة تسهم في فتح أفق جديد ومغاير لدور الاعلام ووسائله ليتغلب على عطالته من جهة و ليبدع فكرًا في عالم أمست فيه المعرفة إلزامًا يشبه الحتمية القدرية الى حدّ بعيد .

وتتميز وسائل الاعلام بقدرة عالية على شحن الطاقات وتفعيلها ، وهو دور متعدد في وجه ومزدوج في آن، فإمّا أن تتحول الشاشة الى أداة فاعلة لبناء الانسان ومن ثم خدمة مشاريع التنمية البشرية، أو تتحول إلى أداة تفتيت مدّمرة بتغذية العنف والعصبيات وترويج صورة الانسان المستهلك، وتصبح شاشة "القمامة "ومواقع "التفاهة" أداة تسويق لثقافة طاعة الأيديولوجيات المتصارعة وتكريس العنف وتسويق الاستهلاك

الثقافة والاعلام حربٌ أم انفطام ؟

يُصوّر لنا العديد من "المثقفين ان ثمّة حرب دائرة بين "ثقافة الشاشة وثقافة الشعوب والمجتمعات معتبرين ان وسائل الاعلام "شيئ منفصل عن "أصالة الثقافة"، وغالبًا ما يُعرب حرّاس "الهويّة عن قلقهم وخوفهم من وسائل الإعلام والفضائيات ، وأنها تعمل على تخريب الثقافة الراديكالية أو التي ترتبط بالتراث و"الديّن بشكل مباشر

ولكن ما يمكن لنا سبره علميًا وملاحظته عَمليًا هو ان العلاقة بين الثقافة والإعلام علاقة متحرّكة، والفصل بينهما ولو شكليًا يُعد خطأ منهجيًا وبنيويًا ، ويعيق عملية فهم تلك الحركة المتبادلة الدائرة بينهما

فالإعلام كما العادات كما التقاليد كما الدّين كسائر مفردات التركيبة المجتمعية تتقاطع مع بعضها البعض، ولا يمكن فهم واحدة منها بمعزل عن الأخرى وعندما يحصل تنافر بين ثقافة الشاشة والثقافة المحلية أو الشعبية او اي ثقافة أخرى فإننا نكون أمام انفصام ثقافي، وليس أمام حرب بين الثقافة والإعلام

إن عملية الفصل تلك، هي عملية واهمة فوسائل الاتّصال والإعلام تنخرط في جملة القيم التي تُنْتجُها الثقافة؛ والانفصام الثقافي ممكن ان يحصل بين أي مكونيْن، ذو مضامين متناقضة من مكونات ثقافة واحدة

وبما ان من أهمّ خاصية الرموز الثقافية هي اللامادية والانتقال السريع كما أنها تتميز بإمكانية إخضاعها "للأدلجة لدرجة مبالغة فيها، لأن من أبرز مقوماتها اللغة، والفكر بجميع مستوياته، والعلم والمعرفة، بالإضافة الى العقائد والديانات والقيم والأعراف الثقافية ....فإن وسائل الاعلام تُشكل عمليًا التعبير الثقافي عن الإنتاج المعلوماتي.

إذن السؤال المحوري هو كيف يمكن لنا بلورة منتج معلوماتي قابل للصرف في سوق الثقافة "السوداء العالمية ؟

القيم الانسانية في عالم افتراضي

لاشك في أن الانترنت يخلق فرصًا عظيمة وتهديدات مروّعة، ويخطئ من يتصور أن هناك فئة مستهدفة من قبل "آخرين ، فالكتاب "العربي

و"الاسلاميّين يصورون لنا دوما التحديات على انها تريد فقط تقويض ما يسمونه "بالعروبة والاسلام علمًا ان هذا الموضوع على ركاكته تجاوزه الوقت وعفا عليه الزمن

ان التحديات الفعلية اليوم تتجاوز كل أطياف الألوان والألسنة والعقائد البشرية... إنه تحدي إنساني بامتياز فنحن ولجنا عالمًا افتراضيًا يستحيل فيه فعليًا السيطرة على تدفق المعلومات.ونحن مطالبون اليوم – شئنا أم أبينا – من توظيف وسائل الاتصال المعلومات في تنميّة الانسان" والقيم الانسانية (ايًّا كان مصدرها)، وهو تحدي كوكبي وليس فئوي وليس تحديًا قوميًا او وطنيًا يخص فئة معينة او بلد معين

ان ما يقوم به "الدعّاة من (حماة العقائد) في ترسيخ "مفردات ثقافة معيّنة تحت ذريعة التنمية الثقافية والحفاظ على الهوية ومواجهة التحديات – في مقابل او مواجهة "مفردات ثقافة الآخر هو عمل مدمّر على المدى المتوسط وحتى القريب لأن مجابهة التحديات الثقافية لا يكون عبر توجيه "النيران الايديولوجية لمن جعلناه "خصمًا "لنا ....

إذن من الأجدى ان يتركز المنتج الفكري الاعلامي على قيم الحكمة الخالدة المشتركة التي (تتجاوز كل الانقسامات الدينية والاثنية والمذهبية ...) والخروج التام من معسكرات الفكر والعقائد ... الى أفق الانسان الكوني بحيث يصبح دور التنمية هو اعادة التوازن لحياة الكائن البشري اينما وُجد ولأي ملة انتمى

إن (التنمية) كمفهوم يجب ان يُطرح من فلسفة تأخذ دينامية الحياة بعين الاعتبار وضرورة الحرص على انتظامها وتوازنها إن من الناحية البيئية والطبيعية او من الناحية الانسانية لتحقيق التوازن المختل للفرد والجماعة

فالتنمية الاعلامية تتطلب وضع توازن الانسان أولى الاولويات بما يحقق الاصلاح السياسي (الحريات)، ووقف العنف و منع الصراعات، وضرورة اعادة الاعمار، وطرح خطط الطوارئ، و الاهتمام بالبيئة والصحة ...و خطوة (التنمية) الاولى ربما تكون في الاقرار بان "انقلاب ثقافي عميق مطلوب قد بدأ يتحقق ويمكن ان نوجز ذلك بنقاط

- تطوير رؤية عن التنمية بمفهومها العام المرتكز على فلسفة تجعل توازن الانسان والطبيعة الكونية فوق كل اعتبار وذلك يتطلب عدم اختزال الانسان في تعريف واحد وتقليصه في بنية صورية واحدة ... و التنمية ينبغي ان تواكب كافة مستويات الواقع وكافة المتغيرات ، فالتنمية الاقتصادية ينبغي الا تغفل روحية الانسان، وان تضع متغيراته النفسية بالحسبان وعدم التعاطي مع الانسان بوصفة كائن مستهلك باحث عن المنفعة العاجلة واللذة الآنية

- تبني المفاهيم والقيم التي ترتكز على الحكمة الانسانية المشتركة الخالدة المعبّرة عن النضج النفسي والروحي للانسان العاقل فيما يتعدى الزمان والمكان فالتنمية البشرية تتطلب "وعيًا كونيا .

- التحول عن العقلانية المفرطة الى الحدس و الكشف والنظر للمعرفة نظرة وجودية (العرفان)

- المهمة التنموية -ايًا كانت - لا تنطلق من مكان لتصل الى آخر انها استراتيجية مهمة لاحداث التوازن بين عوامل ومتغيرات شديدة التعقيد ، ودور التنمية يكمن في اعادة التوازن وفرز الوقائع عن الأباطيل ، و تحقيق التوازن بين الآنة "اللحظة الآنية"والمحتمل "النظرة الاحتمالية

- ضرورة تأهيل البرامج الثقافية لتكون فاعلة، فإنقاذ الثقافي من أزمته والإعلامي من تكراره سيكون هو الأساس في إنقاذ السياسي من خرابه الإيديولوجي، وبالتالي تهيئة العوامل الموضوعية للحديث عن تنمية ثقافية فاعلة (انقلاب ثقافي)

- التنمية البشرية تتطلب "وعيًا و تفترض وجود ذهنية منفتحة تتجاوز الغلو في الصورية وتتجاوز صفة الاطلاق على الموضوعية ، فدور التنمية يكمن في اعادة التوازن وفرز الوقائع عن الأباطيل، وتحقيق التوازن بين الآنة "اللحظة الآنية " و المحتمل النظرة الاحتمالية

- مهمة التنمية الثقافية ينبغي ان تنطوي على ثقافة تؤسس لاحترام الانسان و"حقوق الكائنات البشرية بالدرجة الاولى وهو يحتاج لجهد طويل ومنهج يهدف الى تنمية المهارات والملكات النفسية والروحية والفكرية التي تتيح للفرد تبني اللاعنف كموقف وفي هذا السياق يقول جون ماري مولر "إن تنمية ثقافة لاعنفية يعني البحث عن سُبُل تطبيق لاعنفي لنفوذ السلطة autorit في جميع مواقف المقدرة pouvoir وبهذا فإن ثقافة اللاعنف تكف عن الفصل بين الحياة الخاصة والحياة السياسية ، لا بل تتيح الجمع بينهما أخيرًا في مناقبية واحدة ." وهذا يتطلب والعمل على عدم تسويغ العنف وتفكيك أيديولوجيا الارهاب والعنف والكف عن تصوير "الاعمال البطولية

- التنمية الاعلامية تكون بالخروج عن دائرة المردودية المالية المباشرة الى الوعي الذي يتُرجم عبر المصالح الانسانية بحيث يضع في حسبانه أيضًا "المصلحة الروحيّة للكائن الانساني ومصلحة البيئة الطبيعية للكون ....

- تبني موقف انساني كوني كوكبي يتجاوزالثقافات(يتخللها ويتخطاها في آن) ويتجاوز التفسيرات الأحادية، ويدعم التوجهات الليبرالية لحرية الكائن

اللانساني ، (ملاجظة ان دعم الليبرالية لا يريد ان ينحو بحال من الاحوال لان يكون على حساب انسانية الانسان بحيث تتحول المادة نفسها اداة لحرمان الاخرين منها ويتحول الليبرالية أداة لسلب الاخرين منها ويصبح السلام اداة لحرمان الاخرين منه ...)

اخيرا و دوما فكرٌ مغاير

ولو ملّ القارئ من التكرار غير ان ما نحتاجه هو فكر مغاير تماماً لا ينطلق من مبدأ الفصل بل ينطلق من فهم الكون فهما داخليا عميقاً بوصفه جزء منا نحن البشر وفهم وجودنا من خلاله و يطرح في الوقت نفسه تعددية تحل محل البعد الواحد للفكر الكلاسيكي الامر الذي سينعكس في كافة المستويات الواقعية سواء كانت تنمية بشرية ام سياسية ام اجتماعية ...ام الاعلامية

وعلى الرغم من الفوضى والضوضاء فإنني ككائن يؤمن بدوره كبنّاء حرّ للحياة لم يحتكره معتقد ولا يدعي امتلاك الفهم ولم يطرح نفسه كبديل الهي فإن التنمية البشرية تتبلور عبر رؤية لا يكون الاعلام فيها الا وسيلة لتحقيق مزيد من انسانية الانسان وكونيته واحترام جسده و حقوقه وحريته وتحقيق مزيد من احترام البيئة والطبيعة والحفاظ عليها واحترام الكائنات بوصفها أحد أهم التجليات الوجودية ، وإضفاء لغة أخرى لفلسفة تزودنا باستراتيجية فاعلة من أجل الحياة

الإعلام الثقافي والهوية

يصعب على غير المشتغلين أو المهتمين بالثقافة والإعلام أن يقوموا بدور فاعل وحيوي في الإعلام الثقافي، سواء أكان ذلك في الإذاعة أو التليفزيون أو الصحافة أو أية وسيلة من الوسائل الإعلامية أو التثقيفية المقروءة أو المسموعة أو المشاهدة، فإن لم يتوفر قدر مناسب من الثقافة والمعرفة فلن يتمكن هؤلاء من القيام بهذه المهمة الصعبة، التي لها آثار ونتائج بعيدة المدى في إنجاح خطط التنمية، وزيادة وعي ومشاركة وتفاعل الأفراد في المجتمع ومن هذه الرؤية يتضح أهمية أن يكون الإعلامي الذي يود أن يضع أو يصيغ أو يخطط أو ينفذ برامج وسياسات الإعلام الثقافي على دراية بالثقافة والتثقيف وأهمية المثقف وأثر الواقع عليه، وأهمية الهوية والحفاظ عليها، وطبيعة الهوية الثقافية للمجتمع العربي، والهوية وأزمات المثقف العربي، ودور المثقف في الحفاظ على الهوية، وما يطرح من قضايا العولمة وسعي بعض أصحاب الثقافات للهيمنة، إن مدى وعي وإدراك الإعلامي الراغب في العمل في مجال الإعلام الثقافي لهذه القضايا يجعله على المستوى اللائق للعمل الجاد في هذا المجال

المثقف وتحديات الواقع

على المشتغل في وسائل الإعلام عامة والإعلام الثقافي خاصة أن يدرك أن المثقف العربي يواجه تحديات راهنة عميقة، داخلية وخارجية، وقد اعتدنا أن نستمرئ إحالة الانكسارات إلى المفاعيل الخارجية في هروب واضح من تحميل أنفسنا المسؤولية إزاء الكثير من أوضاعنا المحلية، التي تراكمت سلبياتها داخل حياتنا عبر قرون عديدة ساهمت فيها منظومات الاستعمار والاحتلال والتخلف والاستغلال الاقتصادي والأفكار الجامدة، والتي مجتمعة عطلت التفكير، وأدت هذه المنظومات إلى أن يكون التخلف العلمي والثقافي والاقتصادي والاجتماعي

من نصيب شعوب كثيرة ومنها منطقتنا العربية ،وعليه ازداد العبء الذي يواجه المثقف العربي والدور المناط به ، فعليه الآن أن يدخل إلى جوهر الصراع بين التقدم والتخلف ليكون له دورٌ مؤثرٌ وإيجابي في تخليص النظم الاجتماعية والفكرية من جمودها

ليس من اللائق بالمثقف العربي أن يربأ بنفسه عن حاجات مجتمعه وقضاياه الكبيرة ليدخل إلى التنظير والتجريد ، ويضع نفسه في صف النخبة متجاهلاً رسالته الثقافية والاجتماعية ، وعليه أن يتصدى بشكل واضح ضد النظم التربوية والتعليمية التي تجعل من العقل العربي مقلداً وناقلاً ومستظهراً، وكأن هناك مخططا لإماتة ملكة الإبداع والبحث والتفكير العلمي .

فالمثقف الذي يلتزم بقضايا أمته هو الذي يتفاعل إيجابياً مع مشاكلها ويستغرق في همومها ، ولا بد أنه سيصدم حين يعاين النسبة المرتفعة للأمية ، أمية القراءة والكتابة ، ويرى تَعطُل التفكير المنهجي ، وكيف يزدحم التفكير العربي بالخرافة والإشاعة والاستسلام مما يقعده عن العمل للمستقبل ، المثقف العربي يكتشف يومياً عمق الرداءة الثقافية التي تبثها الفضائيات إلى جمهور عريض يظن نفسه قد أصبح مثقفاً ، لذا عليه أن يتصدى لهذه الرداءة وأن يتفاعل مع الوسائل المختلفة للإعلام ليقدم رؤيته وآرائه.

إن الإنسان بشكل عام يكون مغلوباً على أمره إزاء القهر الذي يمارس عليه وعلى حقوقه السياسية والأساسية ، لدرجة قد يظن البعض أنه لا يعي ذلك وإذا وعاه لا يملك أدوات مقاومته ، والدفاع عن المقهورين هو الدور الطليعي للمثقف ولنا أن نتساءل عن تحديات عديدة تواجه المثقف العربي ، تحتاج منه إلى موقف وجرأة النقد والتناول ، حيث يشيع لدى المواطن العربي الإحباط السياسي ، والثقافي ، وجلد الذات ، والانكسارات المتوالية ، والبيروقراطية ، في

حين أن رغبته هي في حياة ديمقراطية حقيقية في مجتمع يحترم مواطنيه ويعمل على رفاهيتهم.

ويلاحظ ظهور العديد من الهيئات الثقافية التي تتجاوز القطرية والقومية إلى الإقليمية أو الدولية بهدف التأثير ثقافياً في الشرائح الاجتماعية المختلفة ، خاصة في البلدان المتخلفة والفقيرة لتغيير نظم وأنماط الحياة السائدة لمصلحة القوى المتحكمة في الاقتصاد والاستهلاك فأين يقف المثقف والإعلام الثقافي أمام هذا الواقع وهذه التحديات ؟!

إن انصباب جهود بعض المثقفين العرب على النقل النظري لأفكار الغرب بحجة الإطلاع إن لم يصاحبها إعمال لطاقة العقل العربي في الخلق والإبداع والمقارنة ، ستحيلنا إلى هيمنة أعمق تحوّل المثقف إلى مجرد ناقل ، ونحن نريده قادراً على تنوير وقيادة فكر وثقافة الأمة للنهوض والمستقبل يقول الكاتب محمد سعيد مضية أنه في ظروف العزلة والاغتراب اقتصرت جهود المثقفين العرب على مهمة نقل أنساق فكرية من الغرب إلى الوطن العربي أفلحت في تعميق التبعية وإطالة أمدها وأوهنت طاقة الإبداع وإنتاج المعرفة بالواقع العربي ومشكلاته وبقضاياه العيانية وأوهنت من قدرة المثقف على قيادة الأمة على دروب النهوض الحضاري وتحرير الإنسان العربي

فالمثقف العربي أمامه تحدي خلق الاستجابة المجتمعية للتفكير العلمي وأن يكون في طليعة الرافضين للاحتواء والقطرية والمحلية ، فالانفتاح على العالم لا يعني الهيمنة إن التحدي الحقيقي للمثقف العربي هو في قدرته على تخليص المجتمع العربي من إحباط وفشل التجارب السابقة التي تسعى ثقافة الهيمنة إلى ترسيخها ، ليصبح العجز والفشل جزءاً من مكونات العقل العربي

لذا فهو من خلال مثابرته بنشر أفكاره من خلال الوسائل الإعلامية ووسائل الإعلام الثقافي يمكن أن يشكل مع غيره التغيير المطلوب.

الهويــة

"إن معرفة القائمين على برامج الإعلام الثقافي بمدلولات هويتنا التي ترتكز على مجمل تراثنا الحضاري يساعد في وضع برامج ثقافية ذات خصوصية للحفاظ على جوهر الانتماء ، وتبقى هويتنا في ثقافتنا العربية الإسلامية هي الامتياز عن الغير من كافة النواحيّ ، والجرجاني عرّف الهوية بأنّها الحقيقة المطلقة المشتملة على الحقائق اشتمال النواة على الشجرة في الغيب المطلق " وفي الكتابات الأدبية والنقدية والفكرية تعريفات عديدة منها أن الهوية تعبر عن " خاصية المطابقة ، مطابقة الشيء لنفسه أو مطابقته لمثيله "، والهوية هي حقيقة الشيء التي تميزه عن غيره. "

يقول يوسف مكي عن الهويّة هي مجموع السمات الروحية والفكرية والعاطفية الخاصة التي تميز مجتمعا بعينه وطرائق الحياة ونظم القيم والتقاليد والمعتقدات وطرائق الإنتاج الاقتصادي والحقوق ، وهي الوعي المتطور للفكر الإنساني والإنجاز الرائع"

وعليه فالهوية في معناها العام رغم اختلاف التوصيفات هي خصوصية الفرد أو المجتمع عن أفراد أو مجتمعات أخرى ، من حيث القيم والمعتقدات والموروثات والتراث ، بحيث يصبح للمجتمع أو الأمة ما يميزها عن غيرها ويطبعها بطابع حضاري خاص تُعرف به .

ويمكن أن نلاحظ أن أي جزء من الهوية الفردية أو الجماعية يشكلها النقاش والحوار والصراع مع الآخر ، فليس هناك هوية تكون منقطعة الوشائج مع غيرها نهائياً ، أو تشكلت من ذاتها دون أن يكون لعوامل كثيرة أثراً في تشكلها.

لذا فيمكن ملاحظة تعدد الهويات في مجتمعنا الإنساني الذي حتما تصاحبها تعدد في الخصوصيات ، لذا نشأت العلاقات الثقافية والحضارية والإنسانية بين الشعوب في شكل من التأثر والتأثير دون تنازل عن الخصوصية أو ذوبان الأنساق الخاصة المكونة لكل هوية من الهويات وهذه الأنساق التي تشكل الهويات للمجموعات الإنسانية المختلفة وعلى مر الصراع الإنساني في البيئات البشرية المتعددة لم تؤد، ولن تؤدي، إلى وجود هوية واحدة للجميع مهما اشتد الصراع والرغبة في الهيمنة ، ذلك لأن الهوية مُكوّن يدخل في صلب وجود الجماعات وتمايزها .

إن انطلاق الإعلامي والمثقف من وعيه لطبيعة مكونات هوية أمته التي ينتمي إليها ، وقناعته بهذه المكونات ، هو الذي يشكل له خطة وخطاب الدفاع عن الهوية ، وبرنامج العمل والفكر والإبداع والانطلاق ، ليعمل من خلال الإعلام وغيره على تحصين ثقافة أمته ضد التيارات الثقافية الغازية ، ويدعوه لمنطلقات تجديدية مدروسة تفتح آفاق المستقبل والفكر والوعي ، والأخذ من الثقافات ما يناسب هوية الأمة للتحسين والتطوير دون انغلاق على الذات أو استسلام إلى الآخر .

جاء في إعلان مبادئ التعاون الثقافي الدولي تتشكل جميع الثقافات بما فيها من تنوع خصب وما بينها من تباين وتأثير متبادل كجزء من التراث الذي يشترك في ملكيته البشر جميعاً. وهنا حض على التنوع والتباين والتبادل وليس على هيمنة هوية ثقافية على أخرى ، فالمثقف العربي أمامه تحد كبير في

هذا الجانب ، وعليه مسؤولية جسيمة في التصدي ، وفي فتح فضاءات جديدة عصرية مفيدة وضرورية يسانده في ذلك إعلام قوي.

الإعلام وحرب القيم

لقد اعتقد البعض أن موجة الاستقلال التي اجتاحت معظم الدول آسيا وأفريقيا بعد الحرب العالمية الثانية سوف تؤدى بالضرورة إلى تحقيق استقلالها الاقتصادي والثقافي والإعلامي.

ولكن حتى منتصف السبعينات لم يبد أن أية دولة من دول العالم الثالث قد استطاعت أن تحقق سيادتها الإعلامية كاملة ورغم أن مظاهر التبعية الاقتصادية في العالم الثالث قد أصبحت واضحة للجميع فإن التبعية الثقافية والإعلامية لم يتم الكشف عنها إلا بشكل محدود وفى سياق الأختام بدراسة الجوانب الاقتصادية والاجتماعية.

والآن قد مرت ثلاثة عقود حفلت بالممارسات والمحاولات العديدة من أجل الخروج من دائرة التبعية ولم يقدر النجاح إلا لحالات قليلة بينما لا تزال الغالبية العظمى من شعوب العالم الثالث تسعى للخلاص الشامل.

ولذلك فإن الأمر يقتضى منا ضرورة إعادة النظر في المفاهيم والنظريات والسياسات التي سادت في مجتمعات العالم الثالث في الفترة الماضية سواء في مجال التنمية أو الاتصال.

ولابد أن يقودنا هذا إلى مناقشة التراث الغربي في التنمية وخصوصا الكتابات الأمريكية عن الإعلام والتنمية وذلك بسبب تأثيرها الحاسم على صناع القرار السياسي والثقافي والإعلامي في معظم دول العالم الثالث.

وقد حاول العلماء الأمريكيون أمثال دانيال ليرنر وايثيل دى سولا بول ولوسيان باي وفردريك فراى الإسهام في حل التناقض الذي تعانى منه شعوب العالم الثالث.

وهو يتخلص في كيفية الجمع بين التكنولوجيا الغربية المتقدمة والاحتفاظ بوحدة الثقافات القومية في العالم الثالث وتعتبر نظرية ليرنر في الأعلام والتنمية أكثر النظريات شيوعا وانتشار في الدول النامية وهى تدور حول إبراز الدور الخطير الذي يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام في نقل الدول النامية من النمط التقليدي إلى التحديث.

والحقيقة أن ما يطلق عليه هؤلاء أسم (تحديث) هو في الأساس عبارة عن تقديم المجتمعات الغربية الصناعية المتقدمة لشبكاتها المالية ونشاطاتها الاقتصادية وأنماطها الاستهلاكية وبناءاتها التكنولوجية إلى الدول النامية كنموذج وحيد يجب الاحتذاء به.

وتركز الحملات الإعلامية والإعلانية الخاصة بترويج مفهوم التحديث على أهمية التكنولوجية الحديثة وملحقاتها ويشيع التفكير الذي يرى أن التكنولوجية وسيلة طبيعية يمكن استخدامها في كل المجتمعات وفى ظل كل الأنظمة ولخدمة أهداف مختلفة.

ويكمل هذه الفكرة على المستوى الإعلامي فكرة التدفق الحر للأنباء والمعلومات التي تروج لنفس المضمون وهو حق كل امرئ في أن يشارك في هذا التدفق. ولكن من الناحية الواقعية فإن التدفق يمارس في اتجاة راسي أحادى الجانب ويتجه من الشمال إلى الجنوب لصالح الدول الصناعية المتقدمة.

كذلك تبرز مشكلة الدول النامية في عدم اختيار التكنولوجيا الملائمة لاحتياجاتها ومواردها وخلفيتها الحضارية.

وهذا يدفعنا إلى اكتشاف حقيقة أخرى هامة وهى إن المسئولية تقع بالدرجة الأولى على المؤسسات العلمية التي تسهم في صنع القرار الخاص باستيراد التكنولوجيا . وهذا يؤدى بالتالي إلى تبعية أغلبية العلماء والأبحاث العلمية في العالم الثالث لمراكز البحوث الأجنبية.

والواقع أنه لا يكفى أن نذكر مجموعة من المؤشرات الكمية والنوعية للتدليل على وجود التبعية وتغلغلها في شتى دروب الحياة الاجتماعية والثقافية في مجتمعات العالم الثالث.

فمن الواضح أن ملكية الأجانب للصحف في الدول النامية وتدفق الإعلانات التي تسيطر عليها الشركات الأجنبية والاعتماد على التكنولوجيا المستوردة. وتدريب الإعلاميين وخصوصا الصحفيين . كل ذلك يتم في سياق الثقافة الأجنبية.

بحيث يبدو الأمر وكأنهم يتوجهون بأعمالهم وكتاباتهم إلى جمهور أجنبي وحتى المواد ذات المضامين الوطنية تقدم في إطار وسياق أجنبي ولذلك يصبح من الضروري بذل مزيد من الجهد من اجل فهم مصادر وطبيعية ومضمون الاتصال لدى كل من الشعوب المتقدمة والنامية ودراسة مسارات وأشكال تدفق هذا الاتصال داخل الدول وبين بعضها والبعض الآخر . وأنماط التدفق الرأسي والأفقي.

فالمعروف أن الاتصال يحدد الحقيقة الاجتماعية التي تترك طابعها على نظام العمل ونوع التكنولوجيا ومفردات النظام التعليمي الرسمي وغير الرسمي وكيفية استخدام وقت الفراغ.

يوجد الوطن العربي في مركز التأثير الإعلامي العالمي، والغربي منه بوجه الخصوص، ومرد هذه الأهمية أمران أساسيان الأول أن العالم العربي هو المنطقة التي تضم أوسع قاعدة من شريحة الشباب، والشباب هو ضمير المستقبل وتقول البحوث والدراسات التي أنجزت في الغرب حول مسألة التزايد السكاني في العالم إن المنطقة العربية ستضم عام 2025 نسبة من الشباب تفوق نصف السكان، هذا ناهيك عن الدول العربية الواعدة ديموغرافيا، وفي مقابل هذا النمو في شريحة الشباب في الوطن العربي، ستواجه الدول الأوربية زحف الشيخوخة وتقلص شريحة الشباب هذه المعادلة غير المتوازنة جعلت الغرب يدق ناقوس الخطر منذ وقت مبكر، ودفعته إلى نحت تعبير (القنبلة السكانية) في العالم الإسلامي، للتدليل على التهديد الذي يستشعره من التراجع السكاني فيه

ويقول عالم الديم وج رافيا الفرنسي جون كلود تشيزني في كتاب حديث له بعنوان (أفول الغرب السكان والسياسة) إن المعادلة السكانية المختلفة بين الغرب والإسلام ستؤدي بنظره إلى ما يسميه (انجراف القارات)، بسبب قوافل الهجرة نحو الغرب من بلدان العالم الإسلامي، ومن ثم إلى أفول الحضارة الغربية، أو ما يسميه (الدورة الحضارية الأوربية) التي ستتوقف

أما الأمر الثاني، فهو الدين الإسلامي الذي يمضي في الانتشار وتوضح الدراسات الاستشراقية الغربية أن الإسلام سيكون الدين الأول في العالم خلال العشرين سنة المقبلة، فيما ستتراجع نسبة معتنقي الأديان الإحيائية الأخرى إلى مرتبة أدنى بعد الإسلام وتلزم الإشارة في هنا إلى أن نظرية صدام الحضارات للأمريكي صامويل هانتنغتون ترتكز على هذه المعطيات الرقمية، والمعطى الديمغرافي المذكور، وتخلص إلى تحذير الغرب ودعوته إلى إنشاء نوع من القلعة أو الحصن الحضاري الواقي من الزحف الإسلامي في تصوره

إن هذه المركزية التي يتمتع بها العالم العربي ، والبشارات المستقبلية التي ترشحه لأن يكون محور الحراك العالمي والحضاري مستقبلا ، جعلت من الطبيعي أن يكون هدفا لكل السموم الإعلامية وأشكال الغزو الثقافي والحضاري وذلك لأجل تخدير عقول الأجيال الحاضرة التي ستكون عماد المستقبل، للتحكم في هذا المستقبل، وإعاقته، وكبح طموحات أبنائه ممن هم من شباب اليوم

إن الإعلام في عصرنا الحالي، يشكل بالنسبة للغرب إزاء العالم العربي ما شكلته القيادات الاستعمارية الغربية المحلية بالأمس إبان الموجة الاستعمارية التي غمرت الدول العربية والإسلامية، فقد تمكن الغرب في جل هذه البلدان من تكوين نخبة متشبعة بقيمه ومبادئه، استطاعت فيما بعد أن تتحكم في دواليب السياسة والثقافة والاقتصاد، وأن تعطل مسيرة النهوض الحضاري والتجدد طوال خمسة عقود من الزمن وما دام لم يعد ممكنا اليوم التوسل بأساليب الاستعمار المباشرة والسلطة العسكرية الغاشمة، فقد جاء الإعلام ليؤدي نفس الدور، ولكن من خلال ما يمكن تسميته بالسلطة الرمزية ، أو(السلطة الناعمة) بتعبير الياباني "ناي أوونزي التي أطلقها عام 1999 وعنى بها "القدرة على تحقيق مردود في الشؤون الدولية من خلال الاستقطاب أكثر مما يمكن تحقيقه عبر الإكراه البادي"، وعد من جملتها التأثير الإعلامي الكاسح

حرب القيم:

لقد شكلت إرهاصات العولمة بداية حرب جديدة بأدوات جديدة، والمؤكد أننا في القرن الحادي والعشرين على موعد مع حرب القيم والأنماط الحضارية وستكون أعنف من جميع الحروب، لأنها ذات أساليب خفية.

وربما كانت العولمة نفسها هي أكثر هذه الأساليب خفاء ، فالعولمة في ظل الاختلال الكبير بين الشمال والجنوب لا يمكنها إلا أن تكون احتلالا بغيضا

لأنها في ظل هذا الاختلال بمثابة ضخ المزيد من القوة والحيوية في ثقافة معولمة أصلا بالنسبة للجنوب، وهي الثقافة الغربية. فماذا بإمكان الجنوب تقديمه للغرب باسم هذه العولمة، وتحت شرعيتها العالمية؟ ليس بإمكانه سوى أن يحني ظهره أمام سيل جارف من البث الإعلامي الغربي، والذي يعبر عنه عبارة "التدفق الإعلامي" جيدا، لأن التدفق يعني الانسياب من جهة واحدة، هي هنا العالم الغربي والولايات المتحدة الأمريكية بوجه الخصوص.

خطورة حرب القيم غير المعلنة هذه، كونها تعتمد وسائل الإعلام الحديث قنوات لتسريب سمومها وتصويب سهامها الطائشة نحو الفئات الهشة في العالم الإسلامي، أي الأطفال والشباب من الجنسين، وكون الإعلام اليوم أصبح يغطي مساحة أوسع مما تغطيه الأسرة والمدرسة، والكتاب والنادي، مما أحدث تغييرا في مفاهيم وأساليب التنشئة التربوية والاجتماعية والنفسية وتستهدف هذه الحرب علمنة الحياة اليومية للشباب العربي، وتغريب وعيه ولسانه أيضا وإغراقه بشتى أساليب التسلية واللعب والكسل الفكري والعطالة الثقافية والاغتراب الحضاري لفائدة النموذج الغربي .

ويندفع الغرب اليوم في تطوير أساليب التوجيه الإعلامي والبث الفضائي والإذاعي في اتجاه العالم العربي بشكل غير مسبوق، مركزا على فئة الشباب التي تسهل مخاطبة غرائزها ومداعبة أحلامها، وهناك اليوم قوة نارية ضخمة تتشكل من أزيد من 50 محطة إرسال، وتسعين موجة إذاعية، فيما يجري ضخ المزيد من هذه الترسانة الإعلامية الموجهة بالأساس نحو العالم العربي والإسلامي وبعد الحادي عشر سبتمبر 2001، بدأت الولايات المتحدة الأمريكية تدرك أن الحرب ضد ما تسميه بالإرهاب وتزعم أن جذوره موجودة في الإسلام يجب أن تنطلق من البعد الثقافي، ومحاربة البنيات الثقافية في العالم العربي.

وقد شرعت الولايات المتحدة في نهج سياسة إعلامية قوية للتبشير بمبادئها وأفكارها وإشاعتها في صفوف أبناء العرب ، ففي شهر مايو 2001 تقدم السيناتور الأمريكي تيد كيندي لمجلس الشيوخ نيابة عن عشرة آخرين من أعضاء المجلس بمشروع يحمل اسم "الجسور الثقافية لعام 2002"، ترصد له ميزانية إضافية تبلغ 75 مليون دولار، هدفه احتواء شباب العالم الإسلامي ثقافيا، وصناعة قادة المستقبل في الدول الإسلامية من داخل المؤسسات الثقافية الأمريكية، ضمانا لاستمرار مسلسل التبعية الحضارية، وقال مستشار الأمن القومي في ولاية الرئيس الأمريكي السابق بيل كلينتون، في شرحه لأهمية إنشاء قناة فضائية إسرائيلية ناطقة بالعربية وموجهة إلى العالم العربي "إن نصف الشعب في المملكة العربية السعودية تحت سن 30 عاما، وإن هذه الأجيال ليس لها معرفة بالاستعمار ولم تجربه، كذلك لم تجرب الحرب مع إسرائيل، ولم تعرف للقومية العربية انتصارا أو تحقيق آمال وطموحات

هذه هي الأهداف والمخططات التي تستهدف غزو عقول الشباب في العالم العربي ، وضرب مقومات الثبات لديه وإذا علمنا ضعف أداتنا الإعلامي، وأن 70٪ تقريبا من مواد وبرامج الفضائيات العربية هي مواد مستوردة من الغرب، أدركنا كم أن المهمة صعبة ومتشعبة، وكم ستكون المعركة ضارية على جبهة القيم.

الفصل الخامس

الإعلام وتنمية المرأة

الإعلام ومشكلات النساء

المرأة هي القلب النابض للمجتمع، وهي حاملة التراث وناقلة التقاليد المرأة هي النقطة الحساسة والفارقة في أي مجتمع فإذا صلحت صلح كله والعكس أيضا صحيح، تتميز عن الرجل برهافة الحس والقابلية العالية للتأثر ولذلك تزداد قوة تأثير الإعلام عليها .

أولا تأثير الإعلام علي المرأة:

يختلف تكوين المرأة عن الرجل ليس من الناحية البيولوجية فقط ؛ ولكن أيضا من الناحية النفسية والعاطفية، فهي مخلوق مختلف تماما في كل شيء يقول تعالي في الآية الكريمة وليس الذكر كالأنثي ، يتفوق لدي المرأة "العقل العاطفي علي العقل المنطقي" .

هناك طريقتان مختلفتان اختلافا جوهريا للمعرفة، تتفاعلان لبناء حياتنا العقلية الأولي طريقة العقل المنطقي وهي طريقة فهم ما ندركه تمام الإدراك والواضح وضوحا كاملا في وعينا وما يحتاج منا إلي التفكير فيه بعمق وتأمله، وهناك نظام آخر للمعرفة قوي ومندفع وأحيانا غير منطقي هذا النظام هو العقل العاطفي حيث تسيطر العاطفة علي منطق العقل وقد وهبها المولي عز وجل قدرة علي التقمص الوجداني و الإحساس بالغير والتعاطف معه ومثل تلك النفسية الحساسة تكون أكثر قابلية لما تري وتشاهد ولذلك ليس غريبا أن تبكي المرأة تأثرا عندما تشاهد مواقف محزنة حتى لو كانت تعلم أنها مجرد تمثيل وأيضا تمتلئ نفسها بمشاعر الحب والبهجة عندما تشاهد ما يمس وجدانها، وقد خلقها المولي عز وجل علي هذا النحو لتقوم بوظيفتها كزوجة وأم تنفعل وتتفاعل مع أسرتها وتشاركهم أفراحهم وتخفف متاعبهم وأحزانهم، ولكن هذه الطبيعة الخاصة لها وجه آخر، فمن الممكن أن تصبح الفتاة التي اختزنت الكثير

من العواطف عبر مشاهدة الأفلام والاستماع للأغاني صيدا سهلا لمن يغرر بها ويستغل عاطفتها المشبوبة ولذلك فلابد من ترشيد العاطفة وتقوية الوازع الديني والعقل المنطقي لتصبح الوردة الجميلة محاطة بأشواكها التي تحميها .

وخلال هذه الورقة سنركز بشكل أساسي على المرأة الوحيدة وتشمل العانس، والمطلقة، والأرملة .

ثانيا تأثير الإعلام علي الفتاة التي تأخرت في الزواج (العانس):

كلمة العانسكلمة قاسية، ولقب كريه لا تحب أي فتاة أن تحمله، وللأسف تزايدت نسبة الفتيات في عالمنا الإسلامي اللائي يحملنه حتى وصلت إلي أرقام مخيفة .

العانس هي الفتاة البكر التي تأخرت في الزواج، ويختلف السن الذي يدرجها في هذه الفئة من بلد لآخر ويتراوح بين الثلاثين والخامسة والثلاثين.

في المملكة العربية السعودية قدر عدد الفتيات اللائي تخطين سن الثلاثين ولم يتزوجن بنحو واحد ونصف مليون فتاة ، وفي مصر حدد الإحصاء الأخير عدد من تخطين الخامسة والثلاثين بنحو أربعة ملايين من الفتيات، بينما يقفز الرقم في الجزائر إلي عدة ملايين وهو رقم مفزع بالفعل وقريبا منه في المغرب (تحدد بعض الإحصائيات الرقم الخاص بالجزائر بنحو عشرة مليون فتاة والمغرب ثمانية مليون ولأنها أرقام ضخمة وغير معقولة لم أرد إثباتها هنا) وفي بلاد الخليج العربي تتراوح نسبة العنوسة بين 15 إلي 20% من إجمالي الفتيات .

تختلف الأسباب من بلد لآخر فبينما يمثل العجز عن القيام بتكلفة الزواج السبب الأول في مصر والجزائر فإن تشدد أولياء أمور الفتيات والاتجاه للزواج من أجنبيات يظهر كسبب رئيسي في دول الخليج.

ومن أهم أسباب العنوسة :ارتفاع تكلفة الزواج والبطالة وتفشي الانحلال و تعنت أولياء أمور الفتيات ومن الأسباب الهامة التقصير في تناول هذا الموضوع عبر وسائل الإعلام التي من الممكن أن تقوم فيه بدور توجيهي فعال .

بل إن الإعلام حاليا يسهم في تفاقم هذه الظاهرة بعدة طرق منها رسم صورة خيالية خارقة لفتاة وفتي الأحلام من الصعب تواجدها في الواقع وهذه الصورة تترسخ في نفس الشباب فتزهدهم في فرص الزواج المتاحة أمامهم، والترويج للعلاقات الحرة غير الشرعية وعدم الاهتمام بطرح مشكلة العنوسة ومعالجة أسبابها، وتضخيم أهمية دراسة و عمل المرأة والتفرغ لها حتى لو حال بينها وبين الزواج أو أخرها عنه .

الدور المأمول للإعلام في حل مشكلة العنوسة :

1 -توعية الأهل وأولياء أمور الفتيات بتيسير زواج البنات وعدم المغالاة في الطلبات المادية من مهر وشبكة وغيرها، ونشر ثقافة التيسير في المجتمع .

2 -تحجيم ظاهرة بطالة الشباب قدر الإمكان؛ بمساعدتهم علي توفير فرص العمل والدعوة لحلول مبتكرة مثل المشروعات الصغيرة وغيرها وتوضيحها إعلاميا .

3 -مقاومة المشروعات التغريبية التي تعمل من أجل رفع سن الزواج وتغيير أنظمة الأحوال الشخصية، وهدم مؤسسة الأسرة .

4 -مساهمة الإعلام في توعية الشباب بحلول واقعية لمشكلاتهم، حتى لا يبالغوا في أحلامهم لأن تقاعس كل شاب عن الزواج معناه زيادة عدد الفتيات غير المتزوجات وتفاقم أزمة الزواج في المجتمع .

5 -تشجيع الزواج المبكر وابتكار حلول جديدة لتيسير الزواج.

إن الحل العملي لمشكلة العنوسة هو :ـ في إتباع الهدي النبوي كما جاء في الحديث الشريف مثل قوله صلي الله عليه وسلم (إذا جاءكم من ترضون دينه وخلقه فزوجوه إلا تفعلوا تكن فتنة في الأرض وفساد كبير) حديث صحيح رواه الترمذي وغيره، وفي حديث آخر (أيسرهن مؤنة أكثرهن بركة) حديث صحيح رواه أحمد وغيره .

في دراسة بعنوان (التكيف الاقتصادي للمرأة السعودية المطلقة) قدمتها د .آمال عبدالله الفريح، كشفت نتائج هذه الدراسة أن أعلي النسب من حيث سوء التكيف قد تركزت في سوء التكيف الاقتصادي للمرأة المطلقة، وأهم المشكلات الاقتصادية التي تواجهها هي مشكلة الإنفاق علي أبنائها ورفض الأب الإنفاق عليهم وعدم تمكنها من الحصول علي عمل لسد احتياجاتها المادية .وقدمت هذه الدراسة في ندوة (ظاهرة الطلاق في المملكة العربية السعودية عام 2006 عقدت في رحاب جامعة الملك سعود . مركز بحوث الدراسات الجامعية للبنات .

ثالثا أهمية وأثر الإعلام للمطلقات:

ينظر المجتمع إلي المطلقة نظرة شك وإدانة، ولكن أزمتها الحقيقة هي أكبر من ذلك فهي تعاني مرارة الوحدة والفشل وتواجه مشكلة يومية حقيقية في تدبير أمورها المعيشية خاصة في حالة وجود أطفال وأثبتت الدراسات أن المعاناة الاقتصادية هي أقسي ما يواجه المطلقة وخاصة إذا امتنع الزوج عن دفع ما يكفي نفقاتها وهو ما يحدث كثيرا .

وتشير الأرقام والإحصائيات إلي ارتفاع مؤسف في نسبة حدوث الطلاق ففي الكويت تصل النسبة إلي 35 وفي البحرين وقطر قريبة من ذلك أما في السعودية فتصل إلي 20 وترتفع في الإمارات فتصل إلي 46 من حالات الزواج، ووصلت

نسبة الطلاق في مصر إلي 40 حسب ما جاء في التعداد الأخير الذي قام به الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء .

وإذا ناقشنا هذا التصاعد في حالات الطلاق فسنجد أنه يرجع بدرجة كبيرة إلي تناقص مهارات الذكاء العاطفي مما يؤدي لسرعة التصادم بين الزوجين وتراجع الضغوط الاجتماعية المتمثلة في استنكار الطلاق وعدم تقبله وفي اعتماد الزوجات الاقتصادي علي أزواجهن بعد أن صارت المرأة تعمل وتتلقى راتبا وقد كان هذا العامل بالذات سببا في استمرار الكثير من الزيجات .

والطلاق هو شر لابد منه في بعض الأحيان، ويترتب عليه الكثير من الأضرار الاجتماعية والنفسية علي كل أفراد الأسرة وخاصة الأطفال .

وتعاني المرأة من كل هذه الآثار مجتمعة فهي لا تتحمل مسئولية نفسها فقط ولكن أيضا مسئولية أولادها، والإعلام غير الهادف من الممكن أن يسهم في تفاقم المشكلة إما بالتمهيد لحدوثها بشكل أو آخر أو المساهمة في تشويه صورة المطلقة وتنفير المجتمع منها .

دور الإعلام في حل مشكلة المطلقات:

1- المساهمة في إعداد الفتيات للحياة الزوجية فمن الملاحظ أن الأجيال الجديدة بسبب انشغالها بالدراسة وزيادة نسبة الرفاهية لم تعد الفتاة مهيأة لتحمل مسئولية الحياة الزوجية حتى أن أغلب حالات الطلاق تتم في السنوات الثلاث الأولي للزواج .

2- التوعية بحسن اختيار الزوج وعدم التركيز علي المظاهر الشكلية والمادية وحدها ولكن الاهتمام بدينه وخلقه كما جاء في الحديث الشريف .

3- التوعية بكيفية التعامل مع الخلافات الزوجية وعدم الوصول بها لحافة الطلاق، وعلي سبيل المثال عندما ارتفعت في بريطانيا نسبة الطلاق منذ حوالي أربع سنوات ووصلت 40 قامت الدنيا ولم تقعد وقال "توني بلير"، رئيس الوزراء في ذلك الوقت، إلي أين يتجه المجتمع إذا كان هذا هو حال الأسرة ؟ وعلي الفور قام علماء من جامعة كامبردج بوضع مناهج بعنوان(كيف تكونين زوجة وأما (و(كيف تكون زوجا و أبا) وتم تدريسها في المرحلة الثانوية .

4- إذا حدث الطلاق بالفعل فمن واجب الإعلام تحسين صورة المطلقة ونشر الوعي بتقبلها وإعادة دمجها في المجتمع وتشجيع الاقتران بها كزوجة وتشير الأبحاث أن الزواج الثاني للمطلقة يكون ناجحا لاستفادتها من خبرتها الأولي وإصرارها علي النجاح .

5- مساعدة المطلقة في تدبير أمورها المعيشية بإرشادها لكيفية الحصول علي حقوقها أو الحصول علي فرصة عمل.وقد أعطي الإسلام للمطلقة حقوقا أهمها وجوب نفقة العدة علي ذمة الزوج بحسب قدرته المالية، ووجوب أجر الرضاع علي ذمة الزوج إذا كان هناك رضيع لقوله تعالي (فإن أرضعن لكم فأتوهن أجورهن) ولا يجوز نزع الطفل عن أمه دون رضاها، ومن حقوقها أيضا أن يسرحها بإحسان لقوله تعالي (الطلاق مرتان فإمساك بمعروف أوتسريح بإحسان (الأية 229 من سورة البقرة وهذا يعني حصول المطلقة علي مؤخر صداقها وحقوقها المالية كاملة ومن حقها أيضا أن لا يخرجها من بيتها لقوله تعالي) لا تخرجوهن من بيوتهن) سورة الطلاق الآية 1

رابعا أثر الإعلام بالنسبة للأرملة:

ينظر المجتمع للأرملة نظرة تعاطف وتراحم باعتبارها فقدت عائلها وسندها في الحياة وخاصة إذا تفرغت لتربية أطفالها فيزداد احترام الجميع لكفاحها وصبرها، ولكن هذه النظرة تتغير إذا فكرت في الزواج إذ يعتبرها البعض جاحدة وغير وفية لذكري زوجها وغير حريصة علي مصلحة أبنائها، وهي نظرة ظالمة تحرمها من حقها في الحياة الطبيعية وتفرض عليها القهر والحرمان .

إن الزواج حق أساسي للأرملة أجازه الشرع بعد انتهاء العدة وفترة العدة شرعا هي أربعة أشهر وعشرة أيام أو وضع الحمل لو كانت حاملا.

خاصة إذا كانت في مقتبل العمر ولديها أطفال في حاجة لرعاية الأب ولها أن تتزوج لتعف نفسها وتكمل حياتها في ظل أسرة طبيعية وإذا نجح زوجها في احتواء أبناءها وكان لهم أبا بديلا فإن ذلك يصبح في مصلحة الأسرة كلها والمجتمع أيضا .

وتواجه الأرملة مشاكل عدة أهمها:

مشاكل مع أسرة الزوج بشأن حضانة الأولاد، ومع أسرتها لتضييقهم الخناق عليها خوفا علي سمعتها ومع المجتمع لحساسية وضعها كامرأة وحيدة .

أثر الإعلام في حل مشكلات الأرملة :

1 نشر الوعي بالحكم الصحيح لزواج الأرملة، فالإسلام يراعي الفطرة البشرية وقد أباح الزواج للأرملة بعد انتهاء عدتها وقد تزوج الرسول صلي الله عليه وسلم من أرامل منهن أم سلمة رضي الله عنها، التي عرض عليها الخطبة

فقالت ليس من أهلي أحد حاضر فقال لها ليس من أهلك أحد حاضر أو غائب ينكر هذا الزواج فقالت لابنها قم فزوج رسول الله .

2 التوصية بالأيتام خيرا وخاصة لمن يرعاهم ويقوم علي أمرهم فإن زوج الأم الذي يتقي الله في صغار يتامى في حجره له أفضل الجزاء والثواب عند الله وقد قال رسول الله صلي الله عليه وسلم (أنا وكافل اليتيم في الجنة كهاتان وأشار بإصبعيه) .

3 إذا كانت ظروف الأرملة لا تسمح لها بالزواج وإذا فضلت هي التفرغ لتربية أولادها يجب علي المجتمع كله بما في ذلك وسائل الإعلام إعانتها علي أداء رسالتها السامية .

المرأة الوحيدة سواء كانت بكرا لم تنل فرصتها في الزواج أو مطلقة أو أرملة ذات وضع حساس وتعاني صورا شتي من المعاناة وتحتاج للدعم المعنوي والعمل علي تخفيف معاناتها ويمكن للإعلام التربوي المساهمة في ذلك بنشر الوعي بأبعاد مشكلتها وتصحيح الصورة الذهنية عنها والترغيب في الاقتران بها وتصحيح المفاهيم التي تؤدي لتفاقم مشكلتها سواء من ناحية العادات والتقاليد أو النظرة السائدة في المجتمع .

دور وسائل الإعلام في تنمية المرأة

تطوير الوعي بحقوق المرأة ومسؤلياتها المجتمعية :

ونحن نعيش عصرا جديد من الحضارة الإنسانية عصر التقدم العلمي والحضاري، حيث يشهد المجتمع الإنساني تطورات مذهلة من اكتشاف الخارطة الجينية إلى تكنولوجية الاتصال وثورة الإعلام والدفق الإخباري أصبحت من أبرز ملامح العصر الراهن سيطرة وسائل الاتصال المجتمعية والمتمثلة بوسائل الإعلام الجماهيري .

فالتكنولوجيا المعاصرة قد اختزلت الانعزال العقلي المعرفي للناس إلى الحد الأدنى . وأدت الوسائل الحديثة للاتصال والمواصلات إلى الإسراع بنشر المعلومات إلى الحد الذي نستطيع معه في المستقبل غير البعيد أن نتوقع أنه لن يوجد فرد أو جماعه سوف يكون في مقدارها الهرب من تلك التأثيرات التي سوف تتلاحق عليها من كل صوب اتصالي .

إن وسائل الإعلام متعددة ومتنوعة ولكل وسيلة إعلامية خصائص ومميزات تنفرد بها عن الأخرى .

وتحدث هذه الوسائل تأثير على الفرد يؤدي إلى تغيرات تحصل على المجالات السلوكية والانفعالية والمعرفية والمجالات النفسية العميقة وعند الحديث عن الإعلام والمرأة لابد لنا من معرفة المسار التاريخي للمرأة وارتباط ذلك بالثقافات العربية والإسلامية والغربية .

ولقد لعبت الظروف السياسية والاجتماعية قبل الثورة إلى إبعاد المرأة عن المساهمة في التنمية بل وبقائها تحت سيطرة الأمية والتخلف ومسلوبة الإرادة .

" إن العزلة الطويلة التي عاشها المجتمع في عهد ما قبل الثورة 1952م وفي عهد الاستعمار والتخلف والحرمان قد انعكست على الأسرة مباشرة سلبياً وعاشت في وضع هامشي من المجتمع والنظام السائد ومن كل مظهر حضاري متجدد ولهذا كانت الأسرة وإلى عهد قريب محصور في العلاقات الاجتماعية وعلاقات الجوار ".

ورغم كل ظروف الأمية قبل الثورة والتخلف والاستعمار فقد كان للمرأة دور مبكر في مجال الإعلام وخاصة في نهاية الخمسينات .

وأخذت المرأة تبحث عن دورها من أجل إنجاز حقوقها ، وكانت الصحافة هي الوسيلة المثلى لتخوض دورها على اعتبار أن الصحافة في مرحلة الأربعينات وحتى الستينات كانت هي الوسيلة الوحيدة المتاحة لها والتي وعبر صفحاتها عملن المستنيرات من النساء بكل قوة وشجاعة لكي يقنعن الرجل أولاً لكونه صاحب القرار وهو الذي يقرأ الصحف أما النساء باستثناء المستنيرات فالأمية منتشرة في صفوفها لا تسمح لهن بالقراءة رغم التقدم الكبير في تناول الإعلام العربي واليمني لقضايا المرأة لم تبرز بعد أهمية وظيفتها داخل الأسرة ودورها الأساس في التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وغيرها .

وتشير الدراسات العربية أن تناول قضايا المرأة في وسائل الإعلام ما يزال يعاني من مشكلات لا يرتقي إلى مستوى التحولات التي شهدتها الساحة من إنجازات ملموسة خلال الفترة الماضية وتحديداً العشرين السنة الأخيرة من القرن العشرين في مجالات التعليم والعمل والمشاركة الاجتماعية والثقافية والإبداعية والنضال الوطني وهذا مرتبط في سياق الموروث الثقافي الذي لا يزال يؤثر بصورة سلبية في تحديد أدوار ومواقع المرأة ومواقف كل من المجتمع ووسائل الإعلام منها في نفس الوقت هناك تكريس التوجهات التقليدية تجاه المرأة من خلال تركيز

وسائل الإعلام على إبراز دور المرأة التقليدي (كزوجة وأم وربة بيت وابنة مطيعة) والاهتمام بالشئون المنزلية وتربية الأبناء تحت مسميات الحفاظ على العادات والتقاليد .

ونظراً لأن تاريخنا تاريخ ذكوري فإن هذه الامتيازات التاريخية للرجل لازالت هي المسيطرة على تفكيره وتنعكس على صعيد الواقع والعلاقات السائدة في المجتمع بسلوكيات تضع عدد من المشكلات والتعقيدات أمام تقدم المرأة وتحررها من الموروثات القديمة .

وتقول د عواطف عبد الرحمن" أن الحركة النسائية المعاصرة ترى أن الإعلام بشكل عام يعد مسؤولا عن استمرار الصورة النمطية التقليدية لأدوار النوع مما ساعد على استمرار الصورة النمطية في الذهن الجمعي".

وسائل الإعلام وقضايا المرأة

من خلال المتابعات والملاحظة العامة لما تقدمه وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة من أخبار وبرامج وأنشطة إعلامية يتضح جانب القصور وإغفال دورها وحقوقها في المجالات التالية .

الصحافة :

الصحافة والكلمة المطبوعة كانت ولازالت من الوسائل الإعلامية الرئيسية والمهمة في نشر الأفكار والآراء والمعلومات والتأثير على جمهور القرارتؤثر بشكل كبير وبخاصة بين أوساط النخب والقيادات وفي نظرة عامة للصحف اليومية الرسمية سنجد أنها بالنسبة للقضايا المتعلقة بالمرأة والأسرة يتم تناولها في إطار محدود ومساحات محدودة تتجه في الغالب نحو موضوعات عامة عن صحة الأسرة والمجتمع والاهتمامات التقليدية للمرأة وقضايا تربية الأبناء والرعاية الصحية

وموضوعات متنوعة في مجالات العلاقات الزوجية وأخبار القيادات النسائية والنشاطات الرسمية للمنظمات والجمعيات النسائية إلى جانب النشاطات الموسمية التي ترافق الاتجاهات الرسمية عند القيام بالفعاليات ذات العلاقة بالنشاطات المتعلقة بالحقوق والتشريعات والمشاركة السياسية (لها علاقة بالمناسبات والاحتفالات المحلية والدولية).

وعند الوقوف الجاد أمام ما تنشره الصحف اليومية يلاحظ غياب تناول قضايا مهمة وحساسة ذات أبعاد قانونية وثقافية وتنموية وسياسية ونستعرض أهم القضايا التي تتجاهلها الصحف اليومية :

- عمل المرأة خارج المنزل .
- إبراز مشاكل المرأة الريفية .
- محو الأمية وتعليم المرأة .
- نشر الوعي السياسي لدى المرأة وحثها على المشاركة في الحياة السياسية.
- تخطيط ميزانية الأسرة وتنظيم الأسرة .
- الزواج المبكر .
- المساواة بين الجنسين .
- تجاهل الموضوعات التي تعكس تطور المرأة والإنجازات التي حققتها خلال المراحل الماضية .
- اهتمام أهمية إسهام المرأة في التنمية .
- رصد واقع المرأة في الريف والحضر بإيجابياته وسلبياته .
- المرأة ومسؤولياتها الاجتماعية .
- تصحيح صورة المرأة في الإعلام .

ونستخلص من مراجعتنا للدراسات العربية والمحلية والتقييمات حول المرأة إلى الآتي :

- الصحف اليومية تكتفي بمعالجة الموضوعات الخاصة بالمرأة معالجة سطحية باعتمادها على التقريرية والتسجيلية والاهتمام بالمواد الإخبارية المتعلقة بقضايا المرأة والأسرة .
- المعالجة التفسيرية للجوانب التقليدية باستخدام الحديث الصحفي .
- الميل نحو عرض المشكلة .
- الاهتمام بالبلاغة الأدبية عند تناول القضايا العاطفية في الغالب وإغفال بداية المشكلة .
- مواد الرأي والأحاديث الصحفية والتحقيقات والتقارير تتجه للبرهنة والإقناع بوسائل مختلفة لتبني وجهة نظر المحرر .
- عدم الاهتمام الكافي بالمرأة من القيادات الصحفية ويتضح ذلك من المساحة المخصصة للمرأة في هذه الصحف .
- إغفال احتياجات المرأة العاملة والمرأة الريفية .
- مخاطبة المرأة من فئة عمريه هي سن النضوج والشباب وعدم الاهتمام في الغالب بسن المراهقة .
- الاتجاه المسيطر على معالجات الصحف للمرأة يميل للنظر إليها كأنثى وليس كإنسان ترتبط بمشكلات مجتمعها وتسهم في تنميته .

التلفزيون :

يعد التلفزيون الوسيلة الإعلامية الأكثر فعالية وله قوة تأثير على المتلقي وهي وسيلة اتصالية أكثر جذباً للجمهور وتؤثر في تشكيل الرأي العام وأصبحت الشاشة الصغيرة اليوم تدخل ضمن البرامج اليومية للأسرة ويتم تكيف وقت الفراغ بالنسبة لكثير من الناس حسب البرامج المفضلة والرسالة الإعلامية

التلفزيونية لا يقتصر تأثيرها على مشاعر المشاهدين ومخاطبة عواطفهم وإيجاد حالة من المشاركة الوجدانية لدى المستقبل وإنما امتد إلى الحديث داخل الأسرة وخارج البيت وعليه فإنه من الأهمية بمكان أن يناط بالتلفزيون دور كبير للتوعية بقضايا المرأة من خلال سياسة إعلامية جديدة تسعى إلى تفسير الصور والأنماط التقليدية للمرأة التي تعكسها المسلسلات التلفزيونية بإبراز المرأة كزوجة وأم وربة بيت وإهمال الجوانب الهامة المتعلقة بالمرأة العاملة والمرأة الريفية.

استخدام المرأة في الإعلان والسلع وخدمات مختلفة لإبراز مفاتنها

- الابتعاد عن الخوض في القضايا والموضوعات التي تعكس تطوير المرأة في الأنشطة الحقوقية والسياسية .
- الاهتمام المبالغ ببعض المهن النسائية وترك الأخرى كالاهتمام بالفنانات والمبدعات والسياسيات دون الاهتمام بالقطاعات الأخرى .

فمن المهم تغيير الصورة السلبية التي رسمتها البرامج والمسلسلات التلفزيونية في الذهن الجمعي بالتركيز على دورها الإيجابي في الحياة والنهوض بوضعها وتعزيز مكانتها على مستوى الأسرة والمجتمع وتوضيح الدور الإنتاجي للمرأة وقدرتها على الإسهام في عملية التنمية والعمل على إدارة حوار حول قضايا المرأة ودمجها ضمن الثقافة الدرامية الأخرى .

تشجيع إنتاج المسلسلات والبرامج التي تبرز الدور النضالي الوطني والاجتماعي للمرأة وتوثيقها للأجيال القادمة .

الإعلام وإبراز دور المرأة:

يجمع الباحثون في مجال الاتصال والإعلام على الدور الخطير الذي يلعبه الإعلام في التأثير على المتلقي علاوة على ما تتميز به وسائل الإعلام من طبيعة مزدوجة تساعد على نشر وترويج الأفكار والقيم المتناقضة في آن واحد فهي قد تساعد على تغيير القيم والعادات والمفاهيم التقليدية فتسهم في ذلك بخلق أشكال جديدة من الوعي أو تعمل على تثبيت القيم والرؤى التقليدية فتسهم عندئذ في تزييف وعي الأفراد وذواتهم وأدوارهم الحقيقية " ومما لاشك فيه أن الإعلام له دور مهم في تشكيل الوعي الثقافي والقيمي في المجتمع ويعود ذلك للإمكانيات المتاحة أمام وسائل الإعلام لتوصيل الرسالة الإعلامية للرأي العام من مختلف الفئات الاجتماعية .

ويكمن أهمية الإعلام في إبراز قضية المرأة والدفع بها إلى الأمام بأن يلعب الإعلام دوراً بارزاً في إبراز دور المرأة والمفاهيم المتعلقة بحقوقها في التعليم والمشاركة الاجتماعية والسياسية وشغل المناصب العامة ورعاية الأمومة وغيرها من خلال الوسائل الإعلامية المتعددة باعتبارها وسائط ثقافية تربوية ترفيهية لها تأثير كبير في اتجاهات الرأي العام وذلك إذا ما وضعت لها سياسات واضحة تتبنى قضايا المرأة تستند إلى بلورة وعي عام لدى المجتمع من خلال الآتي :

- على وسائل الإعلام التأكيد على وظيفة المرأة الأساسية في حماية الأسرة ودورها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية وإفساح المجال لها للمشاركة في الحياة الاجتماعية والتعريف بقضاياها وأنشطتها .

- معالجة القصور في مجال مساهمة الإعلام ومساندته للبرامج الخاصة بتنظيم الأسرة باعتبارها أحد الخلايا الأساسية في المجتمع وللأنشطة السكانية

الأخرى التي تعالج قضايا هامة كالحد من النزوح والهجرة داخل الوطن وخارجه .

- الاهتمام بالمشاكل المتعلقة بالنمو السكاني وانعكاساته على التنمية وبرامج الأسرة والمشكلات الناشئة عن الهجرة بما تستحقه من اهتمام في كافة وسائل الإعلام والاتصال المتاحة .

- تعديل الاتجاهات نحو التبني الإيجابي لمجموعة من القيم التي تدعم المفاهيم المرتبطة بقضايا المرأة وحقوقها الأساسية مثل المساواة في حق العمل والتعليم والمشاركة السياسية. الخ .

- تناول المشكلات والظواهر السلبية ذات العلاقة بالمرأة وتحليل أسبابها وتقديم البدائل الإيجابية وتبني مفاهيم جديدة .

- أن يلعب الإعلام دور في قضية المرأة وترسيخ القيم الإيجابية .

يستطيع الإعلام أن يلعب دوراً مؤثرا في خلق مناخ عام مؤيد ومتفهم لقضايا المرأة وأهمية إدماجها في صنع القرار .

صورة ذهنية مشوهة عن المرأة

انتقدت دراسات أمريكية عدم تساوي الفرص في التصدي للوظائف الحكومية المهمة، بين المرأة والرجل في اغلب المجتمعات، وان إحصائيات تولي النساء لهذه الوظائف ما زالت غير جوهرية او مهمة وان الإسهامات العديدة التي يمكن للعديد منهن ان يقدمنها الى حياة أزواجهن المهنية في تلك الوظائف هي القيام بدور المضيفات ، أو باعتبارهن تابعات جذابات، يعملن كدعامات على مسرح الأحداث، المقصود بها ان يكن حاضرات مرئيات دون ان تسمع أصواتهن ، في مناسبات وظيفية واجتماعية.

ونقلت صحيفة "الخليج" الإماراتية في 20- 11- 2007، استطلاعا أكد إن مجالسة الرجال لزميلات شقراوات لساعات طويلة من العمل يزيد من النشاط الوظيفي للرجل، ويقل هذا النشاط تبعا للون بشرة وشعر ومواصفات المرأة التي تعمل بالقرب منه.

لقد باتت النظرة "الغريزية" للمرأة تشكل عنفا شديدا بحقها، تزداد حدته تبعا لتشدد أعراف المجتمع الذي تنمي إليه وتقاليده، وكرس من شدة هذا العنف، الصورة الذهنية التي أوجدتها بعض وسائل الإعلام، لا سيما القنوات الفضائية عنها، باعتبار أن هذه الصورة -الذهنية تمثل مجموعة الأحكام والتصورات والانطباعات القديمة والجديدة المستحدثة، الايجابية منها و السلبية، التي يأخذها شخص أو مجتمع عن آخر، ويستخدمها منطلقا وأساسا لتقييمه لهذا الشخص او المجتمع، وليحدد موقفه وسلوكه إزاءه.

وفي العراق، وفضلا عن تعرض المر أة للعنف، الذي يمكن ان تتعرض إليه بقية النسوة في مختلف المجتمعات، بدا عدد من القنوات الفضائية المملوكة

للأفراد بتقديم "صورة مشوهة عن المرأة، ويعزز الخطورة المستقبلية في ذلك النظرة بان الإعلام صورة مصغرة عن المجتمع ، وعن توزع القوى والسلطة فيه وهو يعمل في ظل انظمة ((اجتماعية وسياسية واقتصادية)) تتغذى منها وتغذيها.

لقد اشترط الدستور تكفل الدولة بحرية التعبير عن الراي ، وحرية الصحافة والطباعة الإعلان والإعلام والنشر، بان لا يخل ذلك النظام العام والآداب، بيد ان قنوات فضائية عراقية قدمت "المرأة على غير حقيقتها، ويقدم عدد منها، وفي ظاهرة غير مسبوقة في الإعلام التلفزيوني العربي، عروضا توحي بالإباحة الغريزية عبر رسائل SMS تظهر على شاشاتها طلبات للتعارف على - نسوة جريئات لقضاء ساعات الليل -، عبر أرقام في أسفل هذه الشاشات.

ان خلق "صورة مشوهة ومسيئة بهذا الشكل عن المرأة، من أقوى أنواع العنف الذي يمكن ان تتعرض إليه امرأة، لما يمكن ان يوقعه من إيذاء نفسي في ذاتها، وصراع داخلي فيها، قد يؤثر سلبا في فاعليتها وقدرتها على الإنتاج والتعاطي بايجابية مع المجتمع، وإذا ما كان باحثون قد عدوا ان تشويه بعض الرجال لسمعة مطلقاتهم لحرمانهن من حضانة أطفالهن عنفا شديدا ضمن النطاق الأسري ، فان خلق "صورة ذهنية سلبية عن المرأة، عبر هذه القنوات الفضائية هو عنف أكثر حدة واشد خطورة على المستوى الاجتماعي بشكل عام.

ومن خلال التجربة الإعلامية الميدانية ان تلك الصورة التي قدمتها هذه القنوات، لم تكن بقصد إيقاع العنف ضد المرأة بشكل معد له سلفا، من قبل القائمين بالاتصال فيها، وإنما آتت كنتيجة للتخطيط الإعلامي غير الصحيح في أثناء تحديدهم للأهداف التي ترمي مؤسساتهم الإعلامية الى تحقيقها ، وصياغتهم غير الدقيقة لرسائلهم الاتصالية دون اعتماد أخلاقيات الإعلام

البناء، ويهدف ذلك إلى اجتذاب جموع المتلقين بوقت قياسي، وسط كم هائل من الفضائيات ، عبر توصيف الإيحاءات الغريزية في أساليب متعددة ، دون النظر إلى الآثار المستقبلية السلبية المحتملة، على المتلقين والمرأة معا، جراء التعرض لمثل هذه الرسائل .

وهنا يمكن ان يؤدي التعرض التراكمي للرسائل الاتصالية المتضمنة قيمة الصراع، وتقديم صورة ذهنية مشوهة عن المراة، والترويج عنها على أنها "سلعة تبحث عن مستفيد الى تحفيز السلوك العنيف نحوها من قبل الرجل، في البيت أو الشارع او في الوظيفة، ويمكن ان يعرضها الى تحرش او اعتداء ، فضلا عن الإسهام في خلق "النموذج التخيلي للمراة في ذهنية الرجل ، والذي قد لا تنطبق مواصفاته على زوجته، فيتكرس سلوكه العدواني تجاه زوجته ، للتعبير عن احتجاج غير معلن او مقبول الدوافع من قبله ، ويزيد ذلك من مستوى العنف الأسري ، والذي هو احد مكونات العنف الاجتماعي بشكل عام.

الفصل السادس

الإعلام وذوى الاحتياجات الخاصة

الإعلام وذوى الاحتياجات الخاصة

"لندع الأفكار تنمو كأغصان الشجر، ولكن ماذا لو غطاها الثلج ".
الشاعر التشيكي أنطونين بارتوتشيل

في ظل التطورات المتسارعة في مختلف حقول الإعلام والتي بات من الصعب معها القفز على المشكلات الحقيقية التي تواجه مجتمعاتنا العربية ومن بينها مشكلات الفئات الخاصة سواء تلك التي تصنف وفقا للمنظور السسيولوجي أو وفقا للمنظور الديموغرافي.

ولعل من بين أهم تلك المشكلات والتي بدأت بالازدياد ككرة الثلج وهي تتدحرج دون ان يستطيع احد ان يوقفها مشكلات الإعاقة وانعكاساتها على المجتمع، خاصة وان هذه الظاهرة أخذت تزداد في بلدان العالم الثالث نت يجة للحروب المستمرة والأوضاع الصحية المتردية في هذه البلدان ، وخاصة في بلداننا العربية .

وتشير الإحصائيات الى وجود نحو 600 مليون من ذوي الاحتياجات الخاصة في العالم 80 في المائة منهم في الدول النامية، ووفقا للإحصائيات السعودية الرسمية فان هناك 750 ألف معاق في السعودية و 2 إلى 6 ملايين في مصر و400 ألف في لبنان و216 الف في سوريا ويقدر عدد المعاقين في العراق بنحو مليون شخص والعدد في ارتفاع مستمر بسبب أعمال العنف المستمرة هناك، في حين اعتمدت الأمم المتحدة نسبة 10 كعدد للأشخاص المعاقين من مجموع السكان في العالم اليوم ورغم كل تلك الاعداد المتنامية يجد الباحث ان الاعلام العربي مازال عاجزا عن ايلاء هذه الشريحة من المجتمع الاهتمام الكافي مما استدعى الحاجة لتسليط الضوء على هذه الظاهرة ومدى انعكاسها في وسائل الإعلام المرئية

نهدف هنا للإجابة عن التساؤلات التالية

- كيف تناولت وسائل الإعلام المرئية موضوعة الإعاقة؟
- ما هي صورة المعاق في القنوات الفضائية العربية؟
- ما هو السبيل لإقامة فضائية خاصة بذوي الاحتياجات الخاصة؟

تعريف الإعاقة والمعوق

تعرف الإعاقة بصفة عامة على أنها إصابة بدنية أو عقلية أو نفسية تسبب ضرراً لنمو الفرد البدني أو العقلي أو كلاهما وقد تؤثر في حالته النفسية وفي تطور تعليمه وتدريبه والإعاقة ليست مرضاً ولكنها حالة انحراف أو تأخر ملحوظ في النمو الذي يعتبر عادياً من الناحية الجسمية، الحسية، العقلية، السلوكية اللغوية، التعليمية، مما ينجم فيه صعوبات وحاجات خاصة لا توجد لدى الأفراد الآخرين. وهذه الصعوبات والحاجات تستدعي توفير فرص خاصة للنمو والتعلم واستخدام أدوات مكيفة يتم تنفيذها فردياً وباللغة التربوية

في حين تعرفه مؤسسة السلام والتأهيل 1984 بأن "المعوق هو كل من افتقد القدرات الحيوية Vital للمعيشة الاستقلالية دون مساعدة خارجية نتيجة لقصور بدني أو حسي أو حركي أو فكري".

اولا الفضائيات العربية

تتوزع الفضائيات العربية على أقطار الوطن العربي بمعدل فضائية أو أكثر لكل بلد عربي وتعد محطة الـ(M.B.C) من أولى المحطات الفضائية التي أنشئت بعد حرب الخليج الثانية وبالتحديد في أيلول عام 1991، والتي انتشرت سريعاً بسبب خلوّ الساحة الفضائية العربية من أي منافس، وفي عام 1992 أنشئت محطة الـ (A.R.T) وهي تقدم خمسة برامج للأطفال والرياضة والمنوعات والموسيقى والأفلام فضلا عن ثلاث قنوات موجهة إلى أفريقيا وأوربا وأمريكا ولعل ما يثير الدهشة أن هاتين المحطتين اللتين سبقتا كل المحطات الفضائية العربية كانتا خاصتين، وبرؤوس أموال عربية؛ أي إن الحكومات العربية لم تلتفت إلى أهمية هذا النوع من الإعلام إلا بعد تفكير القطاع الخاص بها كما أنهما كانتا الى فترة قريبة تبثان برامجهما من خارج الوطن العربي (لندن)

بعد ذلك أنشأت محطتا دبي ومصر، ثم لبنان والسودان والمغرب وسوريا وتونس وليبيا وموريتانيا والأردن وباقي الدول العربية، وكان آخرها العراق الذي تأخر في إطلاق فضائيته بسبب إجراءات الحظر الدولي عليه، ثم ظهرت قنوات أخرى تأخذ نوعاً من الاستقلال الفني عن الدول التي تدعمها، كما هو الحال مع قناة الجزيرة التي ظهرت في عام 1996، وقناة الإمارات العربية المتحدة (E.B.C) في عام1997، ثم القمر المصري (النيل سات) والذي بث فيه المصريون أكثر من ثماني قنوات تعليمية مشفرة وأخرى للدراما والموسيقى والرياضة، فضلاً عن قناة النيل الناطقة باللغة الإنجليزية

كما أنشئت محطة الأوربت المشفرة والتي تقدم أكثر من تسعة برامج للمنوعات والأفلام والرياضة والموسيقى والأزياء وغيرها، ثم ظهرت قناة اقرا التي تعنى بالأمور ذات الصبغة الدينية والتاريخية، و محطة تلفزيون المنار بعد أن تحولت في عام 2000 إلى فضائية ولم ينقطع هذا المد الى اليوم فبين الحين والأخر نسمع او نشاهد ولادة فضائية جديدة

والذي ينظر إلى هذا الكم الكبير من الفضائيات العربية والتي يتجاوز عددها المائتين يصاب بالدهشة للتأثير الضعيف الذي تمارسه هذه القنوات في الرأي العام العالمي وصوتها المبحوح في إيصال قضايا العرب المصيرية، وبالذات قضية فلسطين وباقي الأراضي المحتلة، وصورة المسلم الصحيحة والتي تشوهها الفضائيات العالمية بصورة مستمرة، سواء أكان ذلك في الأخبار اليومية أو الأفلام الدرامية أو الوثائقية أو البرامج المنوعة، حتى الأغاني لم يسلم منها العربي أو المسلم والتي غالبا ما تظهره بصورة ساخرة

ويبدو أن الخطاب الإعلامي لهذه الفضائيات مازال موجها إلى الداخل أكثر مما هو موجه إلى الخارج، وبالتالي فهي تأخذ دور القنوات التلفزيونية الأرضية التي تعنى هكذا نوع من الخطابات، كما أن تحليل المادة المبثوثة منها يكشف عن تداخل الأوراق بين البرامج المخصصة لأبناء البلد الذي تبث منه القناة وأبناء البلد المغتربين في الدول الأخرى، والناس الآخرين الذين يشكلون الرأي العام العالمي، والذين يشاهدون القنوات الفضائية بشكل عام، والذين تؤكد إحدى الدراسات أن عددهم يربو على الـ70 في بعض المجتمعات.

ورغم أن بعض القنوات الفضائية العربية قد حاولت أن تنفرد عن غيرها وتقترب من هذا المفهوم مثل قناة الجزيرة التي تدعي أنها قناة غير قطرية ولا عربية وإنما قناة عالمية تبث باللغة العربية وكذلك قناة الـ MBC و قناة العربية التي يرى القائمون عليهما أنهما قناتان تأخذان الجانب الحيادي في نقل الأخبار وتنافس الآراء، إلا أن الملاحظة الدقيقة تكشف للمتابع العادي وغير المختص ضعف الكثير من البرامج التي تقدمها هذه القنوات، ولكي نكون موضوعيين ينبغي أن نحدد أهم مؤشرات السياسة الإعلامية للقنوات الفضائية العربية والتي يمكن تحديدها بما يلي :

1) إن معظم القنوات الفضائية العربية تنتهج مبدأ تجميل صور السلطات السياسية لبلدانها على حساب قضاياها المحلية وما يعانيه المواطن العربي من استلاب لحريته ومصادرة لثقافته واختفاء الرأي الآخر الذي تجد فيه السلطات الحاكمة نوعا من التجاوز اللامقبول إطلاقا.

2) اعتمادها الكبير على المواد المنتجة في الدول الغربية وافتقارها للمواد المحلية وخاصة الأفلام والمسلسلات الدرامية والبرامج الأخبارية وهذا ينعكس تماما على نوعية الصور التي تنتجها هذه المصادر وبالذات صورة المسلم بلحيته الكثة وملابسه المغبرة وهو يحمل سلاحه فوق كتفيه واقفا بين أطفاله الحفاة او مجموعة من الملثمين يحتجزون رهينة مسلطين عليها أسلحتهم بل وتمادت الكثير من القنوات ببث مشاهد قتل لأشخاص بطريقة بشعة وتحت لافتات كتبت عليها كتابات إسلامية وبالتالي فهي تستجيب إلى الصورة التي يود المصدر إيصالها إليها دون أن تلتفت إلى مخاطرها الكبيرة

3) غياب التنسيق الإعلامي بين هذه القنوات، وإحلال مبدأ التنافس على حساب المصلحة القومية أو الدينية وفشل التجربة التي دعت إليها الجامعة العربية واجتماع وزراء الإعلام العرب بتوحيد بث القنوات المحلية لساعات محددة بغية اطلاع المواطن العربي على ما تقدمه القنوات العربية الأخرى من مواد

4) عدم وضوح التوجه السياسي لهذه المحطات وتوزعها بين الطروحات العريضة لأهدافها وبين ضعف المنجز الفني والثقافي والتربوي وبالتالي غياب الهوية التي تميز هذه المحطات عن بعضها أولا وعن غيرها ثانيا

5) الخلط الواضح بين القنوات الأرضية والفضائية فيما يقدم من برامج فيهما ويمكن ببساطة شديدة إحلال أحدها بدل الأخرى دون الشعور بتغيير واضح

ثانيا صورة المعاق في الفضائيات

كثرت الدراسات على الجانب التأثيري للصورة على المشاهدين وأصبحت تصنع بعناية تأخذ أهميتها من الجانب التجريبي في البحوث العلمية فقسمت إلى صور ثابتة فوتوغرافية وأخرى متحركة تلفزيونية وسينمائية وكلاهما يتضمنان لقطات(قريبة، متوسطة،عامة) وهذه اللقطات تقسم بدورها إلى عدة أنواع أخرى وتأخذ زوايا نظر مختلفة مثل(فوق مستوى النظر، مستوى النظر تحت مستوى النظر) ولكل من هذه اللقطات والزوايا معنى خاص يفهمه المتخصص ويأخذ تأثيره النفسي على المشاهد العادي فمثلا، أن زاوية فوق مستوى النظر تستخدم عادة في تصوير القادة والزعماء الذين يأخذون نوعا من التبجيل والاحترام وتعطي الشخصية داخلها حجما أكبر مما هي عليه وتسمى في المصطلح الفني بـ(زاوية العظمة) أما زاوية تحت مستوى النظر فغالبا ما تستخدم في حالات عدم التقدير والاحترام وتجعل الشخص داخل الصورة أقل حجما مما هو عليه وتسمى بـ(زاوية الاحتقار) أما إذا كانت الصورة متحركة فأنها تأخذ مدلولات أخرى كـ(الحركة البندولية، الحركة الحلزونية، الحركة المستقيمة الخ) ولكل منها معنى واستخدام خاص

ولم يقتصر الأمر على هذا الحد فقد أخضعت الصورة إلى التجريب في محتواها الداخلي وأجريت عشرات التجارب التي تقيس مدى التأثيرات المحتملة على المشاهدين إذا تضمنت الصورة عددا من الكتل داخلها(أقل من 7 كتل، أكثر من 7 كتل) فكلما كانت تتضمن 7 كتل فأقل تكون أقرب إلى الاستيعاب والفهم وبالتالي التذكر لمحتوياتها وهي ترتبط نوعما بأرقام الهاتف السبعة الأساسية التي يسهل تذكرها وتأخذ بالصعوبة كلما ازدادت على هذا الرقم كما درس مكان هذه الكتل(أعلى يمين الصورة، أعلى الوسط، أعلى يسار، في مركز الصورة أسفل الصورة يمينا ويسارا) .

ثم تطورت التجارب لتشمل تأثيرات اللون عليها (ملونة، غير ملونة) وما تأثير مصاحبة التعليق لها من دونه، وما زالت التجارب تجرى لمعرفة المزيد من أسرار التأثير لهذا المكتشف التقني الهائل وفي إطار هذه المسألة يشير المفكر الفرنسي(ريجسيت دي بري) إلى (أن اللغة الفرنسية فقيرة لا تحتوي سوى كلمة واحدة للدلالة على أشياء كانت اللغة الإغريقية القديمة تعبر عنها بخمسة عشرة كلمة، وتملك اللغة اليابانية عشرات الكلمات للتميز بين الصورة الذهنية والصورة المقدسة، والصورة المنقوشة، والصورة الزيتية، والصورة المستنسخة آليا والصورة الفوتوغرافية، والصورة السينماطوغرافية، والصورة الأدبية) .

أن هذا التوجه لإحلال الصورة بدل الكلمة يأخذ مدلولات خطيرة إذا ما عرفنا أن الصورة تتجه مباشرة إلى الفورية في نقل الأحداث إلى مجموعات كبيرة من الناس وليس إلى شخص بعينه والفرق شاسع بين الوعي الفردي والجماعي كما هو معلوم أي إنها تتوجه إلى القاعدة العامة من الجماهير دون المرور على (الفلتر) الذي يمكنه أن يشذب ما يمكن تشذيبه.

ولعلنا لا نأتي بجديد عندما نذكر أن بعض القنوات العربية قد برعت في هذا الجانب كثيرا(صناعة الصورة Image Marking) وبدؤوا في تناول الأمور ما بين التشويه والتحسين وفقا لمصالحهم وأهوائهم موزعين الجهد على صناعة الأخبار وتأثيراتها(الرأي) وما تحمله من نجوم يمكنهم التأثير المباشر على متلقيهم من الشباب بطريقة(النمذجة) وهي نوع من الاندماج بين الشخصية(النجم) وبين من يحاكيها من الأخرين(الجمهور) عبر سلسة من القصص المحبوكة الكتابة والمعروفة المقاصد ومن هنا فان صورة المعاق قد تتوزعت في القنوات الفضائية إلى عدة محاور منها

1- الأفلام السينمائية والمسلسلات الدرامية

2- البرامج الوثائقية(الريبورتاج)

3- الموسيقى والأغاني

4- الإعلان

وغالباً ما تصور هذه المحاور المعاق بطرق متعددة لكنها تتفق على وحدة المضامين، فهي إما تصوره (لصاً) أو عضواً في عصابة إرهابية، وهو ما بدأت به السينما 1898 مع فليم توماس اديسون والمعنوْن المتسول المزيف وهو فليم قصير جدا 50 ثانية" يتحث عن شخص يدعي الإعاقة لتحقيق مأربه الخاصة بخداع الآخريق ، ثم تؤاولت الأفلام التي تناولت نفس الموضوعة او تدور في فلكها ومنها

- فليم المتسولون المحتالون للمخرج جميس وليامسون
- فيلم خدعة المتسول للمخرج سيسيل هيبورث
- فيلمي المتسول المحتال و الأعمى المزيف للمخرج سيجموند لوبين
- فيلم خدعة الرجل الأعمى للمخرج ارثر كوبر

وهي أفلام قدمت صورة نمطية عن المعاق شكلت فيما بعد تقاطعا حادا بآراء النقاد والدارسين حول أهميتها في كشف المخزون من الإرث الثقافي والاجتماعي الغربي عن المعاق وسلبيتها في تقديم صورة مشوهة عنه في ذات الوقت، أو تصوره شخصية جيدة وتزرع فيه الامل كما هو الحال مع الفيلم المهم لشاري شابلن أضواء المدينّة أو فيلم افضل أيام حياتنا في عام 1946 وهو من بطولة شخص معاق في الأصل.

وفي دراسة قام بها معهد الدراسات المعلوماتية عن صورة المعاقين في الإعلام بينت ما يلي

- أنهم أشخاص خطرون وأشرار
- أشخاص عدائيون غاضبون
- لوحات خلفية تكميلية(خلق جو)
- أشخاص مثيرون للشفقة والعطف
- أشخاص منحرفون وشاذون
- أشخاص عاجزون وغير مهرة
- أشخاص مهرجون ومضحكون
- أشخاص سيئون حتى على أنفسهم.
- أشخاص معجزون وخارقون
- أشخاص عالة على الآخرين.

وهناك الكثير من الأفلام السينمائية التي قدمت صورا من تلك التي صنفها المعهد وحصلت على جوائز عالمية مهمة منها

- فليْم الطيران فوق عش الواق واق 1975،
- وفيلم فوريست غم 1979،
- وفيلم رجل المطر 1988،
- وفيلم قدمي الشمال 1989،
- وفيلم أطفال الإله الأقل شأنا 1986.

أما السينما العربية فقد تناولت بشكل مبكر موضوعات الإعاقة كما حدث ذلك في السينما الغربية فقد قدمت السينما المصرية عام 1944 فليْم ليلى في الظلام من إخراج توجو مزراحي عن فتاة تفقد بصرها وترفض الاستمرار مع حبيبها ثم توالت الأفلام التي تنهج نفس المنهج في التناول كما هو مبين في الجدول رقم (1) في الملحق

وهذه الافلام قدمت المعاق بطريقة لا تختلف عن الموضوعات الاتي صنفها المعهد أيضا ولكن بطريقة تراوحت بين التقليد المشوه عن الفيلم الغربي أو تقديم صورة جيدة ومكافحة للمعاق ، ولكن هذا النمط من الأفلام قليل ونادر في ذات الوقت ويتبين من فحص هذه الأفلام أنها قدمت أنواع مختلفة من الإعاقة شملت

- فقد البصر
- فقد الذاكرة
- الاضطرابات العقلية والنفسية والذهنية
- التشوهات الجسدية
- فقد السمع
- اضطرابات التعلم
- التوحد واضطرابات السلوك
- العجز الوظيفي
- قصر القامة
- إصابات العمود الفقري

إعاقات مختلفة اخرى

وهي بالتالي حاولت استغلال نوع الإعاقة من اجل التأثير على المشاهد وقد انعكس ذلك سلبا على صورة المعاق في المجتمع لاقتران هذه الصورة بمثيلاتها في الأفلام التي قدمتها السينما في تلك الفترات وتشير الكثير من الدراسات التي أجريت على دور الصورة في إحداث التأثير على المتلقي وتغيير سلوكه في شتى المجالات الحياتية بجانبيها الايجابي والسلبي، ولعل الجانب الأخير اخذ حجماً اكبر من حيث الدراسة والأثر المتوقع حدوثه وخاصة تلك المتعلقة بالعنف والأطفال والجنس وغيرها ، ولكن أهم ما يحق تأشيره في هذا الجانب هو تحول الصور الوافدة سواءً تلك التي تبثها الفضائيات ام الصحف أم الأفلام السينمائية وسائل الإعلام الأخرى الى مصادر حقيقية للصور الذهنية وبالتالي بدأ الإنسان بفقدان صوره التي أنشأها هو لصالح الصور الجديدة بطريقة لا يمكن تصورها ويشير (جيري ماندر) إلى (أن الفضائيات تعد اليوم واحدة من أهم مصادر الصورة فإذا كان الناس يتلقون الصور التلفازية بنسبة أربع ساعات يوميا فمن الواضح انه مهما كانت فوائد الصور التي يحملها الناس في أفكارهم فإن الفضائيات الآن هي مصدرها"

وإذا كان هذا هو حال الصورة في الأفلام السينمائية التي تطول قائمة الاستشهادات بها، فإن حال التلفزيونات لا يختلف كثيراً عن حال السينما، فغالباً ما تظهر صورة المعاق، ولو بشكل خاطف، في البرامج التلفزيونية بطريقة تثير الكثير من التساؤلات فغالبا ما تستخدم مفردات في البرامج الدرامية او البرامج الحوارية تسيء للمعاق وتصف الأشخاص السلبيين بـ (العجزة ، العميان، الأطرش الأخرس، العالة) وغيرها من المفردات التي تستخدم العاهة الطبيعية بشتم الآخر دون الالتفات لآلاف المعاقين الذي يشاهدون أو يتابعون هذه البرامج

كما تعمد معظم المحطات التلفزيونية إلى تقديم المعاقين الذين تلتقيهم في مناسبات مختلفة بصورة هامشية مما يرسخ في الأذهان وبطريقة غير مباشرة الفارق الثقافي والاجتماعي بينهم وبين الآخرين ، وحتى في حالة التناول التي يقصد بها نوع من التعاطف الإنساني معهم نتلمس نوعا من التقديم الفني المعتمد على استدرار العطف أكثر من إبراز الصورة الحقيقية أو الإنسانية لهم

وإذا تعدينا البرامج إلى الأغاني فالقائمة ستطول أيضا فبعض الأغاني تأخذ صورة المعاق وتقدمها كجزء من حكاية تعتمد الشك والريبة مثل اغنية لا تكذبي للفنانة نجاة الصغيرة او كفقرة كوميدية مستغلة هذا الجانب أو ذاك من الإعاقة الجسدية أو البصرية، ويمكن تشخيص ذلك في أغاني الفيديو كليب العربية مثل أغنية "قرب اليا للمطرب ساموزين او أغنية وين اتته للمطرب حبيب علي

استنتاجات

ومن خلال ما تقدم يمكن استنتاج ما يلي

1- قدمت الأفلام السينمائية أنواع مختلفة من المعالجات لصورة المعاق تراوحت بين التشويه والذي يمكن تلمسه من خلال مواقع التصوير والأزياء والديكورات، وتحاول الإساءة للقيم الإنسانية التي يملكونها وصورة المعاق المكافح والذي يحاول ان يجتهد لتقديم أفضل ما يمكن دون النظر الى إعاقته كونها حائلا دون طموحاته وآماله في الحياة

2- تناول الفضائيات قضايا المعاقين بطريقة هامشية ولم تعطهم حقهم الطبيعي من الاهتمام

3- محاولة استغلال صورة المعاق بطريقة كوميدية في الأغاني والموسيقى وتضمينها العديد من المعاني التي تسيء للمعاق وترسخ بعض الصور النمطية عنه

4- يقدم الإعلام العربي المعاق كشخص هامشي

5- ما يحسب لبعض الفضائيات أنها أفردت زاوية لتقديم الأخبار بطريقة الإشارة للمعاقين الصم والبكم

توصيات

الفضائية المقترحة

قد يتصور البعض وبمجرد ذكر شئ عن الفضائية الخاصة بذوي الاحتياجات الخاصة أنها ستكون نوعاً من العزل المرئي لهذه الفئة او نوع من المحاضرات التي تكرر النصائح وما الى ذلك ، وهي لن تضيف شيئاً جديداً سوى المزيد من عزل هذه المجموعة من باقي افراد المجتمع وضد فكرة الاندماج وربما ما يعزز هذه الآراء أيضا رداءة الإنتاج الفني للبرامج الخاصة التي تعتمد غالبا على شكل ثابت في التقديم مبني على وجود رجل مختص(طبيب او باحث او رجل دين) او مقدم برنامج ثابت لا يتغير، ويقوم هذا الشخص بالإجابة على أسئلة الجمهور التي تتمحور غالبا على المسائل الصحية، والتي يعتمد في الإجابة عنها على آراء معينة تكاد تكون ثابتة والأمثلة على ذلك كثيرة، منها على سبيل المثال معظم البرامج الصحية التي تقدمها القنوات الفضائية العربية

وحتى لا تقع الفضائية المقترحة ضمن هذه الدائرة من التصورات، لابد لها من الاعتماد على النقاط التالية

أولاً: إن الإعلام وفي جميع نظرياته المعاصرة يعتمد المثلث المفاهيمي المستند إلى الأركان الثلاثة التي تكون أي مادة من مواده:وهي

1- الأخبار
2- الترفيه
3- التثقيف

وإن أي طغيان لمادة على أخرى، يؤدي إلى خلل في الرسالة ينعكس سلباً عليها، أردنا ذلك أم لم نرد، ورغم تداخل المفاهيم الثلاثة مع بعضها إلى درجة يصعب معها الفرز أحياناً، إلا أن ما يمكن ملاحظته هنا هو قدرتنا على اختيار البرامج التي تحتوي الأركان الثلاثة أعلاه؛ فالمادة الإخبارية مثلاً تحتوي على هذه العناصر جميعاً، فالخبر عادة ما يحمل صفة الإثارة والتشويق، ويزود المشاهد بمعلومات جديدة، ويسهم في تثقيفه سياسياً وفنياً، وفقاً لطبيعة الخبر ونوعيته كما يسهم الخبر في ترفيه المشاهدين من خلال الصور المثيرة التي ينقلها وبالأخص إذا كان النقل مباشراً ومعززاً بالصوت، وهي بالتالي تحظى بأكبر عدد من المشاهدين، من بين البرامج الأخرى، وفي مختلف الفئات العمرية ومن خلال ما تقدم فإن المواد التي تقدمها الفضائية الإسلامية يجب أن تخضع لهذا التوصيف

ثانياً: أن يكون الجمهور الذي تستهدفه الفضائية شاملا لجمهور المعاقين وغيرهم مع مراعا ة الظروف الصحية والنفسية للمعاقين على اختلاف أنواع إعاقاتهم.

ثالثاً: تأخذ الفضائية المقترحة بنظر الاعتبار آليات العقل العربي وطريقة التفكير وأسلوب التقديم ومعالجة الموضوعات وما هياتها

رابعاً: أن تضطلع الفضائية المقترحة بدور توضيح وتقديم صورة المعاق الحقيقي كونه إنسانا له الحق والعيش الآمن وإعطاءه الحقوق وعدم تشويه صورته ونبذ كل صور الإساءة له، وكما جاء في البيان الختامي لقمة دول العالم

حول أهداف الألفية الثالثة . وكان مكتب المقرر الخاص للامم المتحدة لشؤون الإعاقة، ومقره الدوحة ، قد تبنى مبادرة عالمية واسعة هدفت إلى حث قيادات دول العالم ومنظمات الأشخاص ذوي الإعاقات معا على إدماج قضايا الأشخاص ذوي الإعاقة في مسودة وثيقة القمة التي صادق عليها رؤساء دول العالم خلال القمة التي عقدت في سبتمبر 2005 بمناسبة مرور خمسة أعوام على تبني الأمم المتحدة الإعلان العالمي للأهداف التنموية للألفية الثالثة عام 2000.

وقد أسفرت الجهود المتتالية عن إدماج قضايا الإعاقة في الفقرتين 107 و 108 من الوثيقة الختامية ، بتضمينها إشارات واضحة ومباشرة لقضايا الأشخاص ذوي الإعاقات كونها تشكل احد اهم تحديات التنمية في العالم واكبر تحدياتها في العالم النامي، خاصة بوجود اكثر من 600 مليون شخص معاق في العالم يعيش اكثر من 80 بالمائة منهم في دول نامية ويعانون الفقر والأمراض الأمر الذي يجعلهم أكثر الشرائح السكانية ارتباطا بأهداف الألفية والتي خلت من الإشارة لقضاياهم في عام 2000 وكادت تتجاهلهم ،وكما جاء في المؤتمر الدولي السادس الذي نظمه مركز الدراسات العربي الأوربي المنعقد خلال الفترة من 3 إلى 1998/2/5 في المنامة حول (الإعلام العربي الأوربي حوار من أجل المستقبل) بالتعاون مع هيئة الإذاعة والتلفزيون في دولة البحرين،او ما جاء في الإعلان الخاص بحقوق المعوقين والذي اعتمد ونشر بموجب قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة 3447 (د- 30) المؤرخ في 9 كانون الأول/ديسمبر 1975 حيث ركزت توصيات هذا الاعلان على

الفقرة 3: للمعوق حق أصيل في أن تحترم كرامته الإنسانية وله، أيا كان منشأ وطبيعة وخطورة أوجه التعويق والقصور التي يعاني منها، نفس الحقوق الأساسية التي تكون لمواطنيه الذين هم في سنه، الأمر الذي يعني أولا وقبل كل شئ أن له الحق في التمتع بحياة لائقة، تكون طبيعية وغنية قدر المستطاع

الفقرة8: للمعوقين الحق في أن تؤخذ حاجاتهم الخاصة بعين الاعتبار في كافة مراحل التخطيط الاقتصادي والاجتماعي.

الفقرة9: للمعوق الحق في الإقامة مع أسرته ذاتها أو مع أسرة بديلة، وفي المشاركة في جميع الأنشطة الاجتماعية أو الإبداعية أو الترفيهية ولا يجوز إخضاع أي معوق، فيما يتعلق بالإقامة، لمعاملة مميزة غير تلك التي تقتضيها حالته أو يقتضيها التحسن المرجو له من هذه المعاملة فإذا حتمت الضرورة أن يبقى المعوق في مؤسسة متخصصة، ويجب أن تكون بيئة هذه المؤسسة وظروف الحياة فيها على أقرب ما يستطاع من بيئة وظروف الحياة العادية للأشخاص الذين هم في سنه

خامساً: اعتماد التنويع في بث البرامج والتجديد في إنتاجها وتأسيس وحدة إنتاج للدراما والمنوعات ورصد الجوائز الجيدة التي تغري بمتابعة القناة مثل زيارة بيت الله الحرام، أو زيارة الأماكن الدينية المقدسة، أو الأماكن الأثرية أو إهداء مكتبات متكاملة، أو تحمل نفقات الدراسة في الجامعات والمعاهد العليا، أو توفير فرص عمل مناسبة

سادساً: إبراز الشخصيات المعاقة المؤثرة في المجتمع وتسليط الضوء على منجزاتها العلمية والاجتماعية وخاصة تلك التي تلعب دوراً هاماً في تغير الصورة النمطية عن المعاقين، وتبوأت مكانة متميزة في مجتمعاتها

سابعا: تقدم الفضائية الإشكاليات والعقبات التي تحول دون دمج هؤلاء الأفراد في المجتمع، وتحويلهم إلى عناصر فاعلة، وما هي السبل لتوفر الدعم المادي الكافي للمساهمة في دمجهم داخل مجتمعاتهم، وحث الجهات الحكومية حول إلزامية القوانين والأنظمة التي تساهم في حماية حقوق المعوق داخل المجتمع وعدم التهرب من تطبيق القانون كما أن نظرة المجتمع الدونية والسيئة للأفراد

ذوي الاحتياجات الخاصة تتطلب تثقيفاً وتوعية جماهيرية لإلزام الناس بالالتزام الأدبي والأخلاقي، تجاه هذه الفئة المهمشة

ثامنا: تخصيص برامج لمناقشة تشريع قوانين تضمن حقوق المعوقين تساعد على دمج وتعايش هذه الفئة مع باقي فئات المجتمع وحث مؤسسات حقوق الإنسان على تتبنى قضية المعوقين ونشر الوعي بحقوقهم التي يضمنها القانون بوصفهم أناس من الدرجة الأولى

الفصل السابع

الإعلام بين التنمية والفقر والجريمة

الإعلام بين التنمية والجريمة

ما هي طبيعة السلوك الإجرامي المتنامي اليوم ؟

للحديث عن الجريمة في المجتمع أياً كان هذا المجتمع يجب أن نستحضر طبيعة النسق الاجتماعي ، السياسي ، الثقافي والاقتصادي ، إذ أن أي خلل في الأداء الوظيفي لنسق من الأنساق يؤثر سلبا على باقي الأنساق ومن ثم على المجتمع برمته ، ومن هذا المنطلق تتكون شخصية المواطن الذي يدين إلى نسق الشخصية كنسق ناتج عن تكامل وتفاعل إسنادي لباقي الأنساق الأخرى التي أتينا على ذكرها .

وبالعودة إلى المجتمع العربي ، هذا المجتمع المنهك في العديد من المشاكل والأزمات البنيوية على المستوى الاقتصادي(البطالة ، انخفاض القدرة الشرائية ارتفاع مستوى الإعالة. ..) والناتجة أساسا عن فشل المخططات التنموية منذ بداية الاستقلال ، لغياب رؤية سياسية واضحة وفاعلين وطنيين ، إذ أن أغلبية الفاعلين هم في الحقيقة يشكلون البر جوازية القنصلية بتعبير اقتصاديي أمريكا اللاتينية ، تحافظ على مصالح المتربول الغربي ومصالحها الشخصية ، الشيء الذي عمق مستوى التبعية الاقتصادية ، التي تعمقت أكثر بسبب الفساد الإداري والمالي وهو ما أسميه شخصيا بالجرائم الاقتصادية والتي غالبا ما يبقى أصحابها بعيدون عن المحاسبة والعقاب ، وهنا نتقاطع مع النسق السياسي الذي أصبح عاجزاً عن استيعاب وامتصاص هذا الانحراف القانوني والمجتمعي ، وبالتالي سقط في اللاوظيفية النسقية ، ليؤثر سلبا على باقي الأنساق الأخرى ، فاجتماعيا أصبحت الوضعية بالمغرب كارثية ، مما يجعل أي حديث عنها غير كاف .

وكل المساحيق التي تحاول الأجهزة الرسمية صبغها عليها لم تعد قادرة على إخفاءها ، والمهم في هذا السياق هو أن هذا الخلل الوظيفي في هذه الأنساق قد أعطى خطاطة ثقافية تواصلية في المغرب تمتح مقوماتها من الزبونية والمحسوبية وأصبح المال القيمة المطلقة بل قيمة القيم وموجه المعايير الاجتماعية من هنا بدأ السعي وراء المال وغابت القيم الإنسانية والمواطنة الصالحة ، أمام هذا الوضع وأمام تراجع الأسرة عن دورها الوظيفي التربوي والتنشيئي كما هو الحال بالنسبة لباقي المؤسسات الاجتماعية الأخرى ، في الوقت الذي أصبحت الفوارق السوسيو اقتصادية في ازدياد ، أصبحنا نشاهد حالات اجتماعية تتجلى في عدد من المنحرفين والذين كانوا في معظمهم نازحين من القرى المغربية لهوامش المدن خاصة في الثمانينيات ، وبالتحديد بعد سنوات التقويم الهيكلي ، وهذا راجع إلى فشل سياسة الدولة بالعالم القروي ، إذ سوف تكثر الهوامش الغير المهيكلة والمصممة وفق المعايير العمرانية والإسكانية والصحية.

ومن ثم بدأ الانحراف يرتفع والجريمة في ارتفاع كذلك ، إلا أن كل الجرائم تقريبا كانت مرتبطة ببؤر الهامش وبعيدة عن المراكز الحضرية مرتبطة أساسا بالمخدرات والسرقات والخمر تجارة واستهلاكا ، وأقل تنظيما لكن في السنوات الأخيرة أصبحت المراكز الحضرية مسرح أغلبية الجرائم والتي هي ناتجة أساسا عن ارتفاع مستوى الحقد الاجتماعي والتطاحن الخفي بين الفئات الاجتماعية ، وأصبحت تتجه أكثر فأكثر نحو التنظيم والتنسيق ، في عصابات ومجموعات ، يجوز أن نعالجها وفق نظريات الصراع كما صاغها "كوزر و"دارندروف بمعنى أن مجموعات الصراع هاته لم تعد تقبل بالنسق الاجتماعي والثقافي المهيمن ، وهذا السلوك الإجرامي في العمق ما هو سوى ثورة للاشعورية ومرضية على المجتمع ، وبالنتيجة نجد أن طبيعة الجريمة هو المعادل المعياري لمفهوم الحكرة الاجتماعية ، مما يجعلنا نتكلم عن السوسيو باثية أكثر مما هو

الحال بالنسبة لسيكوباتية كمرجعية أساسية للجريمة ، كما أن التأكيد فقط على المقاربة الأمنية من منطلق كون المسؤولين يعتبرون أن الحالة الأصلية والطبيعية للمجتمع هي التوازن والاستقرار فإن المجرم حالة شادة .

هذا فقط صحيح في حالة الأداء الوظيفي الجيد لكل الأنساق التي تكلمنا عنها سالفا ، أما في حالة الخلل الوظيفي في نسق من الأنساق فإن الوضع يختلف بمعنى أن المقاربة الأمنية تصبح لوحدها عاجزة عن توفير الحد الأدنى من الضبط والسيطرة على السلوك المنحرف وبالتالي مد نسق الشخصية والثقافة بالمتطلبات القادرة على العودة لحالة التوازن والتكامل الوظيفي .

عموما فالجرائم نوعين ، جرائم مسكوت عنها تهم المسؤولين والطبقة الفنية (جرائم اقتصادية ، اختلاسات ، نهب ، تواطؤات سياسية للتستر على اللصوص الكبار .. .) وجرائم الهامش ، جرائم أسبابها الظاهرة ، اللإندماج الاقتصادي والاجتماعي ، وأسبابها الكامنة هي الكبت والعقد النفسية الناتجة عن مرور الإحساس بالحكرة واليأس من الوعي إلى اللاوعي ، وبالتالي تتضرر ملكة النسيان ويصبح الإنسان ذو شخصية وانتقامية وهي شخصية المجرم الذي لم يعد تلك الحالة الشاذة كما كان ، بل أصبح في حكم العادي اجتماعيا ، بل إن بعض الأوساط الاجتماعية كما هو الحال في الأحياء الشعبية في عدد من المدن المغربية تقاس البطولة والراسمال الرمزي للأسر فيها بعدد أفرادها الذين قضوا عقوبات سجنية ، عموما هناك ثلاث أنواع من الجرائم بالمغرب ، جرائم الدم والمرتبطة بالقتل والتمثيل بالجثث وما إلى ذلك ، هي جرائم ذات مرجعية سيكوباتية بمعنى أن مرتكبي هذه الجرائم يكونون مرضى نفسيا .

كما هو الحال في كل سفاحي الأطفال والنساء .. والنوع الثاني ذو مرجعية سوسيو-باتية أي أن مرتكبي هذه الجرائم يرفضون الوضع القائم

اجتماعيا واقتصاديا ، وخاصة وضعهم السوسيو اقتصادي ، لذلك فإنهم عادة ما يقترفون جرائم كالسرقة والاحتيال والتزوير، دون أن يقترفوا جرائم دم والأمثلة كثيرة .

والنوع الأخير يتمثل في حالات تلتقي فيها السيكوباتية بالسوسيو باتية لذلك لا فرق بالنسبة للمجرم بين جريمة دم وأخرى نظيفة ، فالمهم هو المال واللذة ، وهذه الجرائم لها ارتباط كبير بالسرقات الموصوفة واعتراض سبيل المواطنين تحت تأثير المخدرات والخمور

إلى أي حد تساهم المؤسسات الاجتماعية في زيادة معدلات الجريمة والجنوح

تعتبر مرحلة الشباب مرحلة عمرية جد حساسة فيما يخص مختلف التحولات والميكانيزمات الاجتماعية ومن ثم تعتبر هذه المرحلة محلالاً أو مدخلاً لدراسة طبيعة التحولات الجارية في مجتمع من المجتمعات ، من هذا المنطلق يصبح كل رفض للنسق الاجتماعي وكل خلل وظيفي في نسق الشخصية أو نسق الفعل ، في هذه المرحلة العمرية ، وبالخصوص مرحلة بناء الشخصية التي تفصل مرحلتي الطفولة والمراهقة ، مسألة جد خطيرة

إذ يسهل بناء تمثلات حول مجتمع افتراضي يلبي متطلبات وحاجيات وأحلام هذه الشريحة والتي هي متطلبات حقيقية بالنظر إلى الأداء الضروري لكل الأنساق في المجتمع ، وإلا سقط هذا الأخير في الفوضى واللا توازن ، وسرعان ما تتحول هذه التمثلات إلى أفكار ورغبات تعمل شروط اجتماعية معينة على مرورها من الفعل الافتراضي الرمزي إلى الفعل المادي ، وكلما كانت المسافة البنائية بين المجتمع الذي يعيش فيه المراهق والشاب في الواقع وبين المجتمع الافتراضي أو المبني ، كلما كانت حالات الأنوميا الاجتماعية أكثر حدة ، أي حالات الرفض الاجتماعي وحالات العنف والصراع الدموي .

ومن ثم يتحول المجتمع من حالة التوازن إلى حالة الصراع ، لكن يبقى أن الوسيط العلائقي بين مدخلات التو ثر والرفض من جهة وترشيد هذا الرفض وهذا اللاتجاوب الاجتماعي الذي يقع بين الفرد والمجتمع ، من جهة أخرى ، هو المؤسسات الاجتماعية بمختلف مو اقعها ، فهي الموكول إليها تصريف الحاجيات والمتطلبات وترشيد الفعل وفق الأداء الوظيفي الناجح لكافة الأنساق بما يضمن التطبيع والانضباط من طرف الكل. ومن بين هذه المؤسسات نجدالأسرة المدرسة ، الجامعة ، الحزب ، لجمعيات. .

فبالعودة مثلا إلى دور الأسرة ، نجد أن هذه المؤسسة جد حساسة ، بل إنها الراصد الجهوري كل التحولات الاجتماعية التي تمس الأفراد والجماعات كما أنها الوسيط الحسابي الخالص بين الفرد والمجتمع ، لذلك فإن كل المشاكل التي قد تمنع هذه المؤسسة من أداء وظيفتها يعتبر في العمق عائقا وظيفيا بالنسبة لكل الأنساق وأولها نسق الثقافة ونسق الشخصية ومن هنا يصبح الانحراف والجنوح منذ سن مبكرة مسألة واردة بامتياز ، وأول هذه المشاكل التي تحدث خللا وظيفيا هي الوضع السوسيو اقتصادي ، وهو بالفعل العامل الأول المغذي للجريمة والانحراف في المجتمع ، كما أن هذا العامل الأساسي في تكوين الأسرة والاستقرار ، يلعب دوراً مهماً في تقليص معدلات الجريمة ، خاصة وأن غالبية الجرائم ، حوالي 75 في المائة منها حسب آخر الإحصاءات الواردة من وزارة العدل يتم ارتكابها من طرف العازبين ، الذين هم في السن الاجتماعية للزواج .

ومن هنا يبدو الدور الكبير الذي تلعبه الأسرة والاستقرار في مد نسق الشخصية والفعل بمتطلبات التوازن والانضباط ، لكن في حالة اللاتوازن التي يعرفها النسق الاجتماعي والمرتبطة أساساً بالتوزيع المجحف و اللا تكافؤ في الدخل ومتطلبات الإندماج ، يصبح من ثمة الخلل في وظنيفة مختلف الأنساق مرجعية الأنوميا والانحراف. .فإذا أخذنا مثلا إحصائيات 1994 ، نجد أن معدل

استهلاك الأسر الميسورة يعادل 14 مرة معدل استهلاك الأسر الفقيرة، وأن أزيد من 6 مليون يعيشون تحت عتبة الفقر، وهو الرقم الذي ارتفع ليقارب العشرة مليون في السنوات الأخيرة . .فإذا كان هذا الوضع مؤشر سوسيولوجي على الفوارق الصارخة بين الطبقات فإنه بالمقابل مؤشر على مستوى الحكرة والحقد الاجتماعيين، الذي نجد مؤشراته الأخرى في نسق الثقافة، وبالخصوص من خلال تحليل سوسيولوجي للغة التواصل اليومي، وخطط التواصل الثقافية — على سبيل المثال نظرة سكان الأحياء المهمشة ودور الصفيح للأسر المتوسطة الاستهلاك والأسر الراقية سوسيواقتصاديا في ظل هذا الوضع ونتيجة النمو الديموغرافي وارتفاع مستوى الإعالة، المرتبطة أساساً بعجز سوق ال عمل عن امتصاص نسبة البطالة أكثر من النمو الديموغرافي الذي أصبح يعرف تراجعاً كبيراً في العقد الأخير

حيث أصبح الأباء عاجزون عن تلبية متطلبات وحاجيات الأبناء المادية والمعنوية، مما جعل خطط التواصل الثقافية التي عرفناها عند الأسر الممتدة في الماضي والتي تتخذ من الطاعة والاحترام والتعاون مسلكا أساسيا جعلت المجتمع في فترة تاريخية معينة مجتمعا انضباطيا، تنقلب إلى خطط ثقافية أخرى تختلف اختلافا جذريا عن سابقتها، خاصة أمام تراجع سلطة الأباء وبالخصوص الأب، نتيجة تدهور وضعه السوسيو اقتصادي، كما أن تخلي الأسرة النووية عن عدد من الوظائف التربوية والتنشيئية لصالح باقي المؤسسات الاجتماعية من مدرسة وجامعة و مؤسسات الشغل .

والشارع جعل مسألة التربية وفق منظور الجسد الانضباط بتعبير ميشيل فوكو، مسألة صعبة خاصة أمام ارتفاع مستويات العنف الرمزي في كل المؤسسات العامة التي تكلمنا عنها سابقا، مما أحدث تصادما وتعارضا بين خطتين ثقافيتين تربويتين :خطة حداثية نتيجة الانفتاح الذي شهده المجتمع، والتي

يجب أن تستمر بوتيرة أكبر لتفادي كل فشل في منظومة الأنساق الاجتماعية التي هي الآن ضحية الازدواجية في المرجعية ، وهو ما يساهم بشكل كبير في تكريس و استدامة الخلل ، وخطاطة تقليدية ميزت الأسر المغربية الممتدة ، دون أن يتم الحسم لصالح إحداهما ، هذه الازدواجية نجدها في كل الأسر ، كما نجدها في النسق الثقافي والاجتماعي والسياسي والاقتصادي ، وهنا بالضبط وقع اللاتجاوب الوظيفي بين الأنساق ،الذي نجده بارزا على مستوى الأسر وباقي المؤسسات الاجتماعية الأخرى ، وهذا ما يشرح أحيانا جنوح بعض أفراد الأسر المتوسطة الاستهلاك ، إذ ليس كل مرتكبي الجرائم من الأوساط التي تعيش تحت عتبة الفقر ، من هذا المنطلق وعلى مستوى العلاقة بين المؤسسات الاجتماعية .

يجب التفكير في إعادة النظر في توطيد التواصل فيما بينها ، وفق منظور تشاركي وتكامل نسقي تكاملي ، كما أنه لا يمكن الحصول على نتائج إيجابية في هذا السياق في ظل وضع سوسيو اقتصادي كارثي يعاني منه اليوم حوالي ثلثا المجتمع وفق الخريطة الجديدة للفقر والتي أنجزت مؤخراً ، إذ أن العامل الاقتصادي كمتغير مستقل أول دافع من دوافع الجريمة والانحراف بالمغرب ، أما باقي العوامل النفسية والاجتماعية ، هي متغيرات تابعة لما هو اقتصادي وليست مستقلة ، لذلك لا الجامعة ولا المدرسة ولا الأسرة بقادرة على القضاء على الجريمة في ظل الوضع السوسيو اقتصادي الحالي بما يحمل في ثناياه من فوارق وفساد .

صحيح أن الغالبية العظمى للمنحرفين و المجرمين نجدهم من الأميين أومن أصحاب المستويات التعليمية الدنيا ، لكن بالعودة إلى خريطة الحركية المكانية نجد أن أسرهم من النازحين القرويين في العقدين الماضيين، والسبب دائما الوضع السوسيو اقتصادي بالبادية ، وما يلحقه كتحصيل حاصل للوضع

الجديد بهوامش المدن أو الأحياء الشعبية التي يستقرون بها، بما في ذلك دور الصفيح ،

لكن وبالرجوع إلى النسق الثقافي المهيمن على المجتمع وخاصة جيل الأباء والذي يجد في المرجعية الدينية أحد أهم أسسه ، يكفي تحقيق المتطلبات والحاجيات الأساسية بالنظر إلى الفرد ، أي ال عمل، والتعليم ، والإحساس بالمواطنة ، بما يلزم من تخفيف حدة الحقد الاجتماعي والحكرة، وكذا تحقيق الحد الأدنى من مستلزمات الاستقرار الأسري ، حتى تصبح مهمة مؤسسات التنشئة الاجتماعية أكثر سهولة ومحكومة بالنجاح ، دون ذلك فإن أي تحميل للمسؤولية لهاته المؤسسات مجرد تمويه للحقيقة وتسفيه للخطاب السوسيولوجي.

في هذا السياق كيف تؤثر المسلسلات التلفزي ونية والأفلام السينمائية والروايات والقصص البوليسية على نفسية الأطفال والمراهقين؟

قلت سابقا بأن علينا توفير الحد الأدنى من شروط الاستقرار الأسري، لكون أن السلوك المنحرف والتمثلات الخاطئة بخصوص المجتمع تبدأ في مرحلة متقدمة من الطفولة وتشتد في مرحلة المراهقة كلما أصبحت المسافة بين عالم المراهقين اللامندمجين اجتماعيا المبني وفق رؤيتهم وتمثلاتهم وأحلامهم وانكسارتهم ، وبين عالمهم الواقعي الذي يعيشونه ويشكل مسرح معيشهم اليومي وبالنتيجة فإن كل وسائل الاتصال الجماهيرية ، وخاصة التلفزة ، تلعب دورا كبيرا في تنمية السلوك الطفولي سواء كان إيجابيا إذا كانت مضامين الإرساليات وفحوى البرامج مناسبة وتربوية ، أو العكس حين تصبح هذه الأخيرة مدمرة وسلبية بخصوص المسلك البيداغوجي الذي يجب أن يسلكه الطفل والمراهق بتوجيه من الأسرة والمدرسة ،لأنه وبكل بساطة كلما كانت المسافة

العاطفية بين الأبناء والأباء كبيرة والبون شاسع ، كلما جف الجانب العاطفي لدى الأطفال وبرز اللاتجاوب بينهما من جهة .

ومن جهة أخرى يصبح الأطفال في هذه الحالة على استعداد لإكساب السلوك المنحرف وممارسة العنف الذي يبتدأ بسيطا في مرحلة الطفولة، ويقال عنه أحيانا مجرد شقاوة الطفولة ، لكنه وفي ظل ظروف سوسيو اقتصادية واجتماعية تميز عددا من الأسر ، يصبح هذا السلوك مرشحا للتطور ، ومن بين القنوات التواصلية التي لها تأثير كبير في هذا الإطار نجد التلفزة ، وبالخصوص القنوات الفضائية ، التي أصبحت لا تراعي إلا الربح والتجارة .

وفق ما تمليه بطبيعة الحال سياسة السوق والليبرالية المتوحشة ، فقد أجريت عدد من الدراسات في مجال علم نفس الطفل في عدد من الدول من خلال مراكز للبحوث ومن بينها المركز الوطني للبحث العلمي بفرنسا على مدى تأثر الأطفال بأفلام الرعب والعنف والجريمة ، فأكدت النتائج بما لا يدع مجالا للشك مدى الخطورة التي تشكلها أفلام الرعب والجريمة، حيث أن عجز الطفل عن تحقيق ذاته في مجالات الحياة الاجتماعية، ومن منظور رغبته في تأكيد ذاته ولفت انتباه الآخرين، وخاصة الأسرة والمحيط الاجتماعي، في حالة ما كان يشعر بالإقصاء والرفض، فإنه يجد في السلوك المنحرف وممارسة العنف شكلا من أشكال تحقيق الذات، خاصة أمام أفلام وفيديو كليبات ينتهي البطل الذي هو لص أو منحرف نهاية سعيدة بعيدا عن العدالة .

وحتى لا نذهب بعيدا نعطي مثلا على مستوى الوطن العربي ، ب فيديو كليب ، وما أكثرها ، واحد ليوري مرقدي ، يصور قصة غنائية للص ورفيقته يسرقان بنكاً ويلوذان بالفرار ، وينتهي الفيديو كليب نهاية غرامية ممتعة ، مع العلم أن هذه الكليبات ومن خلال عدد من الفضائيات العربية أصبحت تتوفر على

أعلى نسب للمشاهدة ، والملاحظة السوسيولوجية ، تؤكد أن أغلبية الأسر لا تمنع أطفالها من مشاهدة هذه البرامج ، بل ولا تتدخل في اختيار البرامج والفضائيات المناسبة ، وبالخصوص في الأوساط المهمشة بما فيها بعض دور الصفيح ، التي وأمام تأثير الأبناء على الأباء وحب المظاهر ، والتباهي كشكل من أشكال التفريغ والهروب الرمزي من الإحساس بالحرمان والنقص ، أصبحت تهتم بالكماليات أكثر من الأساسيات.

من بين ه ذا نجد أن هذه الأوساط تتوفر على الدش و vcd وما إلى ذلك وهنا يحدث خلل كبير وتناقض صارخ لدى الطفل ، حتى إن افترضنا أن المدرسة قادرة أن تعوض الأسرة، في حالة ما كان هذا الطفل ينتمي إلى وسط منحل وأسرة مفككة، إذ كيف تصبح السرقة والعنف منبوذان في المدرسة، وعاملان من عوامل النجاح والبطولة في التلفزة، والسينما مع العلم أن الطفل والمراهق المجرم يكون أقرب إلى الحلم والخيال منهما إلى الواقع، كما أنه أكثر تأثرا بالصور والخطاب الأيقونوغرافي من الإنسان السوي، وهنا يجب اكساب الأطفال مناعة قوية تمكنهم من الدخول السبيرنيتكي، وعالم الأنترنت بشخصية وقدرة على الانتقاء ، خاصة امام انبهار المراهق والطفل بالمواقع البورنوغرافية وهو ما يهدد فعلاً شخصيته وطبيعة جنسانيته المستقبلية ،خاصة وان العلاقة جد وطيدة ما بين الاضطرابات الجنسية والأمراض النفسية والجريمة .

وهناك مثال بامتياز لدى تأثير السينما على نفسية وشخصية المجرم فسفاح أطفال حكم عليه بالإعدام هو وشريكه 1978 ، أكدا للضابط القضائي أنهما قاموا اختطاف الأطفال وطلب الفدية قبل القتل كان نتيجة متابعتهما لفيلم سينمائي يصور قصة اختطاف عصابة لابن ضابط شرطة هذا بشكل عام. أما الروايات والقصص البوليسية فإنها لا تشكل تأثيرا كبيرا في هذا السياق لكون نسبة القراءة في المغرب ضئيلة في صفوف الكبار .

فما بالك بالنسبة للقراءة عند الأطفال الذين لا يتمكنون من التخلص من المقرر المدرسي المكثف من جهة ، كما أن القراءة كسلوك داخل الأسر لم يصبح بعد سلوكا يوميا وعاديا ، كما أن أغلب المنحرفين والمجرمين ينحدرون من أوساط وأسر يعتبر العنف مسألة عادية لديها ،العنف بين الأباء من جهة، وبين الأباء والأبناء من جهة أخرى ، كما في الحي والشارع وما إلى ذلك بالنهاية .

فمساهمة التلفزة والسينما والمسلسلات البوليسية بالنسبة لانحراف الأطفال لا تلعب دورا كبيرا كما هو الحال بالنسبة للدول المتقدمة ، حتى وإن كان هذا التأثير يساهم بدوره إلى جانب أشياء أخرى في تنمية السلوك المنحرف عند الطفل .لأنه يكفي أن نخلق مناعة لديه في الأسرة والمدرسة ضد العنف والانحراف بشتى أشكاله حتى يصبح قادرا على المقاومة، مادام يستحيل التصدي لهاته البرامج والأفلام والمسلسلات في القنوات الفضائية المتعددة ، وهذه المناعة لن تكتسب إلا بتوعية الأسر بخطر هذا التأثير من خلال برامج توعوية بمشاركة مختصين وباحثين .

إذا كان هذا حال الإعلام السمعي-البصري ، فكيف ترى مستوى معالجة أخبار الحوادث والجرائم في الصحافة الوطنية المكتوبة؟

بالنسبة للصحافة الوطنية المكتوبة لا بد من الإشارة إلى كون هذه الأخيرة وخاصة في السنوات الأخيرة ونتيجة عدة عوامل داخلية وأخرى خارجية لا تخفى على أحد ، مكنت المجتمع من التمتع ولو نسبيا بحرية التعبير . بدأت تقوم بعمل رائد في فضح الجريمة من خلال التعرض النقدي لأسبابها والعوامل المشجعة عليها ، أكثر مما تقوم به القنانين ، كما أن الجرائم الفنية التي كانت وما تزال تقوم بها أوساط نافذة وأقصد الجرائم المالية والاقتصادية ، من نهب واختلاس المال العام كما سبق وذكرت والتي هي جرائم كبيرة لكونها السبب المباشر

للحالة المزرية التي تعيشها أغلبية الأسر المغربية ، كما أنها سبب في فشل كل المخططات التنموية.

وإذا كانت هذه الجرائم هي نتيجة الوضع السياسي فإن الصحافة الوطنية المكتوبة وخاصة الصحافة المستقلة ، قد أصبحت تقوم بدور فعال لا يمكن للباحث تلافيه ، بل أصبحت تمارس ضغطا على الأجهزة الحاكمة .

هذا بخصوص هذا النوع من الجرائم ، والتي للأسف فإن التشريع لا يسميها كذلك ، أما بخصوص جرائم العنف بشتى أشكاله : اغتصاب ، قتل ،سرقات موصوفة. بما في ذلك الجرائم البشعة التي يشهدها المجتمعات اليوم من شذوذ جنسي واغتصاب جماعي مرفوق بالعنف والقتل ، وكذا جرائم القتل وتشويه الجثث، فعلى العموم فإن الصحافة المكتوبة ومن خلال متابعاتها الدقيقة والاحترافية أحيانا لهذه الجرائم وكذا تقديمها للخبر ، وأحيانا من خلال ملفات تستضيف من خلالها باحثين ودارسين مختصين من مختلف التخصصات ذات الصلة علم نفس ، سوسيولوجيا ، قانون ، كريمونولوجيا استطاعت أن تحقق الكثير في هذا السياق .

ولو أن أغلبية الجرائد تكتفي بالتعليقات والتصريحات المقتضبة لباحثين في المجال ، مما لا يتماشى وخطورة المسألة ، إلا أن هذه الاحترافية في معالجة الجريمة على المستوى الإعلامي ، من خلال استضافة الباحثين والمختصين والتي تقوم بها عدد من المنابر – وليس كل الصحافة المكتوبة – من الواجب بامتياز أن تقوم بها وتتميز بها القناتين المغربيتين ،وذلك للتأثير الكبير للإعلام السمعي البصري الذي يمارسه على المشاهد /المواطن أكثر من الصحافة المكتوبة ،نظرا لكون قراء الصحافة المكتوبة لا يتجاوزون 400 ألف والسبب في غياب برامج

علمية تستضيف هؤلاء الباحثين والمختصين هو كون الدولة ما تزال تؤمن فقط بالمقاربة الأمنية لحل المسألة ومحاربة الجريمة.

دائما الأسرة كمؤسسة اجتماعية أساسية في التنشئة السوية ، لأنها وبكل بساطة الخلية الأولى والأولية لتكوين المواطن الإنضباطي في ظروف معينة وشروط سوسيو إقتصادية وثقافية معينة تكلمنا عنها بتفصيل فيما سبق ، ولكن في حالة العكس فإن هذه الخلية والمؤسسة تلعب دورا كبيرا في صناعة الانحراف والجريمة .

هنا أؤكد على الدور الكبير لجمعيات المجتمع المدني في هذا السياق. من خلال مساهمتها في انتشال عدد من الأطفال المتخلى عنهم ودمجهم والعمل على تعليمهم...

الإعلام وقضايا الفقر والجوع

في الصورة الكاريكاتيرية التي رسمها أحد الرسامين الأمريكيين خلال فترة الحروب الأهلية في كل من الصومال ويوغوسلافيا القديمة والجمهوريات الأسيوية للاتحاد السوفيتي السابق أبرز صورة الشعوب وهي تتصارع وتتقاتل بالأيدي وبالرشاشات والبلط والسيوف والخناجر بينما جلس الرأسماليون العالميون موحدين مبتسمين يرسمون الخرائط ويدخنون السيجار ويجمعون الأموال في غرف مجالس إدارتهم.

هذا هو الواقع العالمي الذي نعيشه والذي تثبته تلك الأحداث التي جرت ولاتزال تجري في العالم منذ انتهاء الحرب الباردة ولا شك أن هذه الصورة الكاريكاتيرية الدالة تشير إلي التناقض الحاد الذي يشطر العالم إلي قسمين غير متكافئين الشمال بأضوائه وثرواته وتقدمه التكنولوجي المبهر حيث التجمعات الدولية الاقتصادية العملاقة التي تنتقل بأعمالها وأنشطتها حينما تتوافر الظروف المثلي لنموها وأرباحها فتوحد الأسواق وتزيل الحواجز وتتحكم في مفاتيح التقدم التكنولوجي وتفرض العولمة قانونا والنصف الآخر من الصورة يشير إلي الجنوب حيث المواقع الأكثر فقرا والأقل قدرة علي المواجهة والتي امتلكت بحكم تراثها التاريخي تركة هائلة من الهموم السياسية والاجتماعية لم تمكنها من مواجهة تحديات مرحلة ما بعد الاستقلال السياسي وتعيش أغلبها علي الزراعة القديمة أو الصناعة البدائية وبالتالي لم يتحقق لها التراكم الرأسمالي الذي يسمح لها بتجاوز دائرة التخلف والاستنزاف ولذلك ظلت تنتظر القادمين من الشمال من أجل الاستثمار وزيادة الدخل القومي والتحرر من أسر التبعية الفقر والإفقار المتواصل.

يقول المهاتما غاندي إن الفقر هو أسوأ أشكال العنف كما يضيف هو شيء منه أن الحرية الحقيقية هي تلك التي تؤدي إلي التحرر من الفقر وإذا كان الأول قد خاض أنبل عملية نضال سلمية ضد المستعمر البريطاني وتولي الثاني قيادة ملحمة النضال التاريخية للشعب الفيتنامي ضد فرنسا ثم الولايات المتحدة فإن كليهما اتفق علي أن الاستقلال عن قوة الاحتلال الأجنبية لا يكفي لتحقيق الحرية والتحرر وإنما يتم تحقيقهما بالخلاص من الفقر.

وتشير التقارير الدولية إلي الثالوث الخطير الذي يحاصر شعوب العالم الثالث ويجعل 90 من أبنائه محرومين تماما من ممارسة حقهم الطبيعي في المشاركة السياسية والاقتصادية ويتشكل هذا الثالوث من القوانين التفصيل لأصحاب النفوذ والبيروقراطية وسوء توزيع الثروة فعلي امتداد هذا العالم الجنوبي توجد فوارق رهيبة بين الطبقات داخل المجتمع الواحد، هناك تحيز مشين في نظم حيازة الأرض لصالح الأغنياء، في مصر مثلا مازال 20 يسيطرون علي 70 من الأراضي الأمر الذي أدي إلي زيادة العجز في الميزان التجاري وبالتالي زيادة المديونية الخارجية وزيادة أعباء خدمتها، هذا بالإضافة إلي إهدار القلة المسيطرة سياسيا للفوائض الاقتصادية المتاحة في أوجه انفاق استهلاكية.

تشكيل الوعي

تؤكد الدراسات علي أن وسائل الإعلام المقروء والمرئي والمسموع تلعب دورا مركزيا في تشكيل الوعي لدي الجمهور العام سواء في إطار تزويده بالمعلومات الصحيحة أو في تشكيل اتجاهاته ومواقفه تجاه قضايا وتحديات العصر وأيضا في تحديد الأولويات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، ولا شك أن ارتفاع معدلات الأمية وانتشار العوز الاقتصادي والجمود الاجتماعي في أغلب دول الجنوب يؤثر

بصورة حاسمة علي مستوي أداء وفاعلية وسائل الإعلام في تشكيل الوعي المجتمعي في هذا الجزء من العالم.

وهناك نموذجان رئيسيان يسيطران علي خريطة الاهتمام الإعلامي بقضايا الفقر والجوع في شمال العالم وجنوبه.

يعتمد الأول علي الاهتمام الموسمي المؤقت المرتبط بالأزمات والنكبات المجتمعية والبيئية وغالبا ما يصاحبه نمط التغطية الإعلامية القائم علي الإثارة والاكتفاء بالجوانب الصارخة وتحاشي الإشارة إلي الأسباب الكامنة وراء النكبات علاوة علي انتهاء الاهتمام الإعلامي بانتهاء حدة الحدث وعدم الحرص علي متابعته أو تفسير آثاره، كذلك تخضع المعالجات الإعلامية لقضايا الفقر والجوع في إطار هذا النموذج لآليات المنافسة التي تفرضها السوق الإعلامية العولمية.

الديون والبيئة

وتتناول الصحافة المصرية قضايا الفقر في ثنايا القضايا الأخري مثل الديون والقروض ومشكلات البيئة والتسلح ومساعدات الدول الصناعية والمؤسسات المالية الدولية لإنقاذ الدول الفقيرة وتقارير صندوق النقد الدولي والبنك الدولي.

أما النموذج الثاني للاهتمام الإعلامي بقضايا الفقر والجوع فهو يعتمد علي النظرة المتكاملة لهذه القضايا سواء في علاقتها العضوية بالقضايا المجتمعية الأخري «السياسية والاقتصادية والثقافية أو فيما تتميز به من سمات الاستمرارية وعدم الانقطاع مما يستلزم معالجات إعلامية تتسم بالشمول ولا تقتصر فقط علي الأزمات والمجاعات ويرتبط هذا النموذج بنمط التغطية

الإعلامية ذات الطابع النقدي التربوي الذي يري أن نشر المعلومات الصحيحة عن الفقر والجوع ليس كافيا بل لابد من توعية الجمهور بحقوقه المجتمعية والمسئوليات المترتبة على هذه الحقوق علاوة علي اهتمام وسائل الإعلام بمحاولة إشراك الجمهور في عملية تقييم الموضوعات التي تنشرها وتذيعها بحيث يسهم الجمهور المتلقي في تعديلها وتطويرها، ويتميز هذا النمط النقدي في معالجة قضايا الفقر والجوع بقدرة أصحابه من الصحفيين والإعلاميين علي تقديم رؤية نقدية لكشف كل أشكال التضليل الإعلامي التي يقدمها أنصار النموذج الأول كذلك يمتلكون القدرة والإمكانيات المعرفية علي مواجهة ادعاءات الحكومات وأصحاب المصالح التجارية والاستثمارية الذين يحاولون تجميل وجه سياساتهم وممارساتهم الضارة بالاقتصاد الوطني والتي تستبعد مصالح وحقوق الفقراء . ويري أصحاب هذا الاتجاه أن استجابة الجمهور بالإسهام في حل مشكلات الفقر والإفقار يرتبط بمدي حصول هؤلاء علي حقوقهم المعيشية في العمل والسكن والتعليم والعلاج والمشاركة السياسية.

دور الإعلام في مكافحة الفساد

تهدد المشاكل التي يطرحها الفساد استقرار المجتمع وأمنه، وتقوّض قيم الأخلاق، وتعرّض التنمية الاجتماعية والاقتصادية والسياسية للخطر ويبرز القلق من الصلات القائمة بين الفساد وسائر أشكال الجريمة، وخاصة الجريمة المنظمة والجريمة الاقتصادية، بما فيها غسل الأموال.

وفي سياق حركية العولمة، يعبر المجتمع الدولي باستمرار عن قلقه الكبير من اكتساب كبار الموظفين العموميين ثروات شخصية بصورة غير مشروعة، ما من شأنه أن يلحق ضرراً بالغاً بالمؤسسات والاقتصادات الوطنية وسيادة القانون وكذلك بالجهود الرامية إلى تعزيز التنمية الاقتصادية في العالم.

نستنتج من التحديد الدولي لجريمة الفساد، أنها إتيان أفعال تمثل أداءً غير سليم للواجب من قبل الشخص المسئول . (أو إساءة استغلال لوظيفة تنطوي على سلطة) ، بما في ذلك أفعال الإغفال ، توقعاً لمزية ، أو للحصول على مزية يوعد بها أو تعرض أو تطلب بشكل مباشر أو غير مباشر، أو إثر قبول مزية ممنوحة بشكل مباشر و غير مباشر، سواء للشخص ذاته أو لمصلحة شخص آخر إن موضوع الفساد يكتسب أهمية قصوى نظراً الى النتائج السلبية التي تترتب على تهديد العمل الإداري العام الذي يظهر الحكومات بحالة من التفكك والتآمر على تنمية المواطن.

يتبين من المضمون الوارد آنفاً حتمية توافر الإرادة السياسية والحزم الحكومي في اتخاذ القرارات الجدية والإجراءات الصارمة الكفيلة بتوفير مقومات مكافحة الفساد وشتى مظاهره ومنع إهدار موارد الدولة وعرقلة مخططات

التنمية، والهدف المتوخى هو تحقيق معدلات طبيعية للتنمية الاقتصادية وبالتالي الاجتماعية.

مقاربة دينية

بعد تحليلٍ معمق لتحديد الفساد نقول أن ظاهرة الفساد ترتبط بفعل العمل الذي يمارس بصورة غير سليمة للحصول على منفعة شخصية والعمل في كل الأديان هو فريضة تعبدية على المؤمن.

يقول تعالى {وقل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون .} والهدف السامي من هذا القول هو محاربة السلوكات غير المنتجة للمجتمع وللمؤمنين.

فالعمل الصالح هو دليل إيمان المؤمن وعقيدته السمحاء، وعند غياب الإخلاص في العمل لا يعود الأخير صالحاً بل يدخل في دائرة غضب الله ويصبح فساداً وتقول الآية الكريمة (وإذا تولى سعى في الأرض ليفسد فيها ويهلك الحرث والنسل والله لا يحبُّ الفساد).

وعندما تفرض الأديان مزية الإتقان في جوهر العمل فإنها بذلك تمنع إنسلال الفساد إلى أفعال الواجب أو الوظيفة .

وانطلاقاً من أن الأديان كافة، السماوية منها والاصلاحية، تدعو الى نبذ الفساد في العمل، نختصر ونقول قبل أن يعالج الإنسان مسألة الفساد في العمل كان للأديان الصوت المدوي والنور الوهّاج وقد أحاطت الأديان العمل بالمعايير الاجتماعية السليمة وحرصت على أن ترفع عنه كل ألوان العبث والاستغلال والتراخي والتسيّب والتحلّل من المسؤولية.

ونضيف الضمانة السليمة للعمل غير الفاسد تبنى في نفس الإنسان منذ الصغر مرتكزة إلى تنشئته على:

- العقيدة الدينية السليمة ، مهما كان الانتماء الديني ، في مرحلة التعليم الطفولي وصاعداً.

- العبادة الواعية وليست المغالية والسير على القيم الإيمانية السمحاء كمحصنات ضد الفساد المجتمعي وبالتالي الإداري تعد هذه التنشئة الإنسان للحياة "الآمنة المؤمّنة الدنيوية وللحياة "الرّاضية المرضيّة الأخروية.

الفضائل والأخلاق الحميدة التي تنتج سلوكاً يمنع الفرد من أكل لحم أخيه العام.

التوعية الإعلامية بمضار الفساد

تكتسب التوعية الإعلامية بمضار الفساد أهميتها الاستراتيجية في الدول المتقدمة، ويجب أن تتضاعف هذه الأهمية في الدول النامية التي تعتمد شعوبها على ما تقدمه لها حكوماتها من معلومات وحقائق لتكوين سلوكها وردود فعلها.

وتتركز جهود أجهزة الإعلام على إقناع الموظفين العامّين والمواطنين بالتخلي عن السلوك والتصرفات المرتبطة بظاهرة الفساد، مستندة في تأثيرها بالدرجة الأولى على:

- مصلحة الوطن العليا والانتماء إلى هذا الوطن.
- وحدانية الولاء إلى الوطن.
- المواطنية الصالحة.
- الفضائل الإنسانية.
- الثواب والعقاب.

إن الجهد الإقناعي لأجهزة الإعلام هو جهد شاق وصعب بسبب العقبات التي تواجهه وفي مقدمها:

- عدم إكترات الجمهور المستهدف.
- اصطدام النظريات بالوقائع من جانب بعض المرجعيات الحكومية إذ يصطدم هذا الجهد الإقناعي بتصرفات كبار الموظفين المدنيين والأمنيين الهادفة الى "أكل المال العام .
- عدم التنسيق بين المراجع الرسمية وأجهزة الإعلام ويكون متعمداً في غالب الأحيان من قبل المفسدين.
- عدم التنسيق بين أجهزة الإعلام.
- سوء اختيار نوعية وسائل الإعلام.

يرتبط نجاح الجهد الإقناعي لأجهزة الإعلام بالمتطلبات الآتية:

- ربط أهداف هذا الجهد بالمصلحة الوطنية العليا في التنمية الاجتماعية ومستقبل الوطن.
- توضيح هذه الأهداف للموظفين وللمواطنين في آن واحد.
- إثبات موضوعية هذا الجهد وتطابقه مع الوقائع.
- استخدام هذا الجهد لعنصر التحفيز المرتبط بالدوافع الفيزيولوجية والنفسانية مثل تحسين وضع العملة ، رفع مستوى التقديمات الاجتماعية تحقيق العدالة الاجتماعية ، رفع قيم المجتمع وفضائله . إلخ .
- تسليط الضوء الإعلامي على دور الرقابة الإدارية في ضبط أعمال الفساد والتصدي لها.
- عرض آراء قادة الرأي والنخبة في المجتمع في أجهزة الإعلام توخياً لتعزيز الصدقية وعمق التأثير في الجمهور.
- استخدام الوسائل الإعلامية الموثوقة والأشخاص الذي يتمتعون بصدقية مؤكدة، وإلاَّ جاء التأثير سلبياً إنطلاقاً من قاعدة "التبرع بالدم الفاسد الإعلامية.

- استخدام الوسائل الإعلامية بطريقة "التوارد" في اتجاه المسألة الواحدة.
- الترويج للدعوة إلى تطبيق صور الإصلاح الإداري بأنه عمل تحرري من رواسب اجتماعية كالمحسوبية والأنانية، هو عمل تنظيمي بنيوي مستمر، هو وحدة كاملة لا تتجزأ في ابعادها السياسية والاجتماعية والإدارية والاقتصادية.
- تجنب المبالغة في الترغيب بالثواب والتلويح بالعقاب المترتب على سلوك الفرد دون تطبيقهما، وهذا ما يؤدي إلى "تسهيل نفسائي" لاستفحال الفساد.
- الترويج لدعم حتمية فصل السياسة عن الإدارة وأن الوظيفة العامة هي صورة اجتماعية وطنية سليمة أولاً ثم وسيلة ارتزاق ثانيا.
- مواكبة تنفيذ الجهد الإعلامي بعملية تقويم دورية تسمح بتعديل الأسلوب والمضمون والوسيلة في الوقت المناسب وتكثيف الجرعات أو تخفيفها.

وعلينا التأكيد أنه ليس هناك من حصانات تكبح الجهد الإعلامي ولو كانت حصانة النظام إن مسألة النظام قد تمثل استراتيجية وقائية للفساد ويلزمها رأي عام متيقظ ينتج عن جهد إعلامي هادف، يربطه اهتمام مشترك بنزاهة الحكومة والمحافظة على حقوق المواطن الأساسية يقتضي المضمون الوارد آنفاً وجود نظام سياسي يرتكز على قاعدة "القانون فوق الجميع ولا استثناء لجرائم المسؤولين والعدالة الاجتماعية للجميع".

التعاون الإعلامي الدولي لمكافحة الفساد

إن الروابط القائمة بين الجريمة المنظمة والفساد تفترض التعاون الدولي في مكافحة ظاهرة الفساد، وعلى هذا التعاون تتركز الجهود الدولية حالياً في خطط عمل عالمية منذ بداية التسعينات حين عقد المؤتمر الثامن للأمم المتحدة للوقاية من الإجرام ومعالجة الجانحين (هافانا، 1990).

إن الهدف الأساسي من التعاون الدولي هو إعادة النظر في الأبحاث القانونية القائمة وتصميم آليات جديدة لتفادي جميع أشكال الفساد ومنها الآليات الإعلامية وديناميكية عملها في اتجاهات ثلاثة:

- الدولة (الحكومات).
- المجتمع المحلي أو الدولي.
- الموظف العمومي (الجاني).
- المواطن (الضحية).

على المجتمع الدولي أن يركز اتجاه تعاونه على العامل الإعلامي وفق محاور الجهد التالية:

- تنسيق السياسات الإعلامية الحكومية لمكافحة الفساد.
- تنسيق الجهد الإعلامي لتوعية المجتمعات المختلفة وفق قواسمه المشتركة (الإنسانية، الفضائل، التنمية الدولية، المصالح المشتركة الخ).
- توعية الموظفين بمن فيهم المسؤولين والقضاة وكبار الأمنيين حول أساليب التعاون الدولي بهدف الكشف عن الجريمة وقمعها والمحاكمة.
- تنظيم حملات توعية للرأي العام وتنسيقها لتحفيز عناصر دعم مكافحة الفساد.
- تنسيق المساعدات التقنية الإعلامية التي تستثمر جهد وحدات الاستخبارات المالية بما لا يتعارض مع حسن سير العمل وسريته.

- تعميم مدوّنة دولية لقواعد سلوك الموظفين العاميّن والأحكام التي تتضمنها كأساس لإعداد مبادىء توجيهية مثل الدراسات والنشرات الإعلامية التي تبين بوضوح وظائف هؤلاء الموظفين وواجباتهم.

- ضمان حرية الإعلام والحق في الحصول على المعلومات الذي يعتبر من الأمور الضرورية لمكافحة الفساد مما يفتح المجال واسعاً أمام الإعلام في ممارسة دوره من طريق الالتزام بالموضوعية في تقديم المعلومات.

- نشر التقارير الحكومية في الوسائل الإعلامية المناسبة بشكل دوري لفضح اشكال الفساد وممارساته والتحقيقات والتدابير القانونية المتخذة ضد الجناة.

تضطلع الأجهزة الإعلامية بوظائف بنيوية تستخدم المنهج العلمي المعرفي لأداء مهمات مجتمعية استراتيجية هادفة إلى توافق المجتمع ووحدته وتجانسه في كتلة واحدة تواجه هذه الكتلة الأخطار المتربصة بأمن المجتمع واستقراره وفي مقدمها خطر "الجرائم المنسّلة ومنها جريمة الفساد التي تنسلُ خلايا سرطانية في أوصاله.

وتدخل سياسة الوقاية الاستراتيجية من جرائم الفساد في جوهر منهج الأجهزة الإعلامية مرتكزة على عناصر الاختصاص والمرونة من جهة، وعلى الواقعية والتنوع والالتزام في الأداء من جهة أخرى وتؤكد نظرية الدفاع الاجتماعي ومرتكزها الأمن والإعلام أنه على رجل الإعلام أن يدمج هذه السياسة في خطط التنمية الاجتماعية والاقتصادية باعتبار أن سياسة منع الجريمة هي أحد اتجاهات السياسة الاجتماعية والتوصية الجذع تكمن في إتباع أسلوب منهجي في مجال التخطيط الإعلامي لمنع جريمة الفساد مما يؤدي إلى دمج سياسات المنع هذه في التخطيط الإنمائي الوطني يشتمل هذا الأسلوب بشكل أساسي على إقامة وشائج ملائمة بين الأمن ونظام العدالة الجزائية والمجالات

الإنمائية الأخرى مثل الثقافة والتعليم والعمل وأخرى ذات الصلة يترجم هذا الأسلوب القيم الإنسانية والبنية الحضارية في كافة تشعباتها وتعقيداتها كما يعالج مسائل الاضطراب والظلم واللاإنتماء الوطني.

ويمكن الجزم بأن جريمة الفساد تعتبر أشدّ خطراً وفتكاً و"سرطانية" من باقي الجرائم فآثارها تتسع لتشمل الأبعاد السياسية والاقتصادية والاجتماعية والإنسانية، بل كل الأبعاد الوطنية، تضرب الأمن القومي والمصالح القومية والقيم الأخلاقية في الوطن والدولة وقد تؤدي هذه الآثار إلى أزمات ونزاعات سياسية داخل المجتمع وسلطاته الحاكمة.

الإعلام والتوعية الصحية

مفهوم التوعية الصحية : هي مجموع الأنشطة التواصلية والإعلامية والتربوية الهادفة إلى خلق وعي صحي بإطلاع الناس على واقع الصحة وتحذيرهم من مظاهر الأوبئة والأمراض المحدقة بالإنسان من اجل تربية فئات المجتمع على القيم الصحية , والوقاية المنبثقة من عقيدة المجتمع ومن ثقافته.

علاقة التوعية الصحيةبالإعلام :

تتجلى علاقة الإعلام بالتوعية الصحية في كونها موضوعا من موضوعات الإعلام الصحي والوقائي وتتفق اهد افهما على خلق وعي صحي ووقائي عام لتبصير الناس بالواقع الصحي عن طريق تقديم الإحصاءات والمعلومات وتدريبهم على السلوك الوقائي وتحذيرهم من الأوبئة المحدقة بهم وتنبهم عن السلوكيات المنحرفة المدمرة للصحة الفردية والاجتماعية وعلى هذا تكون علاقة الإعلام بالمؤسسات الصحية علاقة قائمة على مستويين:

مستوى تعاوني

يتجلى في : توظيف وسائل الإعلام لقضايا صحية ووقائية

•توظيف المؤسسات الصحية لوسائل الإعلام قصد التعريف ببرامجها الإعلامية الصحية والوقائية.

مستوى وظيفي

يتجلى في •: تبني المؤسسات الصحية لمخططات إعلامية وتواصلية .

•خضوع المنتوج الإعلامي للقيم الصحية والأخلاقية والدينية.

التوعية الصحية وفاء بواجب النصيحةللأمة:

تعتبر التوعية الصحية مجالا من مجالات الدعوة الى الخير التي امر الله سبحانه بها عباده وشكلا من أشكال القيام بواجب النصيحة.

- المؤسسات المعنية بالتوعية الصحية ان مسؤولية التوعية الصحية لا تنحصر في مؤسسات الإعلام والصحة بل تمتد لتشمل كل مؤسسات المجتمع مثل:

- مؤسسات الأسرة : إن أول درس في الوعي الصحي يبدا من البيت فالأمهات والآباء مسئولون عن صحة أولادهم فمن واجبهم التزود بثقافة صحية تؤهلهم لتحمل المسؤولية.
- مؤسسة المسجد يعتبر المسجد اقرب المؤسسات التربوية والإعلامية الى قلوب المسلمين وعقولهم ويتميز أسلوب التوعية الصحية بالمسجد باعتباره أسلوبا وعظيا يخاطب في الناس إيمانهم وقلوبهم.
- المؤسسة التعليمية تتحمل المؤسسات التعليمية قسطا وافرا من مسؤولية التوعية الصحية باعتبارها محضنا للتربية على القيم والتنشئة السوية.
- مؤسسات الإعلام من واجب وسائل الإعلام فك العزلة عن الشعوب وبناء ثقافة صحية بالبرامج العلمية والطبية وحملات التوعية الوقائية التي تبث في وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة .
- مؤسسات المجتمع المدني يعتبر العمل التطوعي لمؤسسات المجتمع المدني من جمعيات ومراكز وهيئات مستقلة عاملا مهما في النهوض بالوعي الصحي للمجتمع لذا وجب دعمها ومساندتها ما دامت تقوم بواجب النصيحة.

اثر القيم الإسلامية في ترشيد الإعلام الصحي:

في عصر ثورة الإعلام والاتصال صار تأثر القاصرين بمشاهد العنف والجريمة والانحراف والإدمان مشكلة تفزع الاسر والمربين وتشغل بال الفاعلين الإعلاميين والهيئات الصحية المحلية والدولية الفاعلة في مجال التوعية الصحية.

- القيم الإسلامية دعامة للإعلام والتوعية الصحية ان اهم موجه يمكن ان يسترشد به الإعلام في مخاطبة الناس في هذا المجال هو العقيدة الإسلامية وقيمها الأخلاقية التي تكبح جماح النفس عن الانحراف .

كيف نستفيد من الإعلام في بناء وعي صحي ؟

في عصر ثورة الاتصال تنوعت مصادر المعلومات حتى درجة أصبح المرء معها عاجزا عن استيعاب السيل المتدفق من المعلومات في أي موضوع، لذا يجب الارتكاز على هذه القواعد التواصلية :

- الانفتاح على مصادر الإعلام الصحي المتعددة لتكوين صورة متكاملة للمعلومات عبر مقارنة المعطيات الواردة فيها.
- انتقاء مصادر المعرفة الوقائية ورفض الشائعات وذلك للبحث عن المصادر الإعلامية المتخصصة في المجال الصحي والوقائي مثل نشرات الهيئات الصحية الوطنية والدولية...
- تحليل المعرفة الصحية وإخضاعها للتمحيص وذلك بايلاء الاهتمام الكافي للإحصائيات ، وأخذها من مصادر متعددة وتحليلها واستقرائها واستنتاج نتائج وإصدار أحكام بناء عليها.

- المشاركة الايجابية في الأنشطة الصحية المشاركة في إحياء الأيام الصحية العالمية التي يشارك في تنشيطها خبراء الصحة والوقائية بالحضور والاستفسار والمساعدة.

- تصحيح السلوك الصحي والوقائي وذلك بأخذ العبرة وتجنب السلوك الذي يؤدي إلى الإصابة بالمرض.

- القيام بواجب النصيحة وتبني قضايا التوعية الصحية وذلك بعيادة المرضى وتقديم المساعدة الممكنة والإسهام في نشر الثقافة الصحية بواسطة الأنشطة التعليمية والنوادي.

الفصل الثامن

الإعلام والتنمية البيئية

الاعلام العربي

والتنمية البيئية

من الصعب الحديث عن هوية خاصة للإعلام البيئي العربي، مشابهة مثلاً لهوية الإعلام السياسي أو الثقافي أو الاقتصادي أو الفني أو حتى الرياضي فالهوية الإعلامية تتطلب وجود بعض الشروط الأساسية لاعتبارها هوية مستقلة ومميزة، بما فيها أنماط إعلامية احترافية تتعلق بكيفية تقديم الخبر والتحليل تنطلق من إطار معرفي محدد للقضايا البيئية كما أنه لا بد من وجود قاعدة من الإعلاميين المحترفين والمدرّبين والمتخصصين بشؤون البيئة ومن أن يكون لهذا الإعلام القدرة على التأثير في التوجهات العامة والمهم أيضاً لاستحقاق صفة "الإعلام البيئي " أن تكون هناك وتيرة متواصلة للنشر، وليس مجرد أخبار وتعليقات متفرقة ومتباعدة وغير منتظمة وفي حقيقة الأمر، فإن هذه العوامل تكاد لا تتوافر في معظم الإعلام العربي حين يتعاطى مواضيع البيئة ، بعكس القطاعات الإعلامية الأخرى كما ترتبط مشكلة الإعلام البيئي العربي بمشكلة الإعلام العلمي عموماً، الذي لا يجد له مكانة واضحة على الساحة الاعلامية العربية.

عام 1987 قدم برنامج الأمم المتحدة للبيئة برنامجاً للإعلام البيئي العربي الى المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ومجلس الوزراء العرب المسئولين عن شؤون البيئة ولو كنا اليوم، بعد عشرين سنة، في صدد وضع خطة جديدة، لخرجنا بالتوصيات نفسها الكثير تغير خلال عقدين من الزمن ، فتبدل وجه العالم، وتطورت النظرة الى البيئة والتنمية، وأصبحت البيئة على جدول أعمال الحكومات وفي حين كنا بالكاد نجد إشارة الى البيئة في الصحافة العربية وكان علينا استنباط تعابير جديدة للكتابة عن مواضيع لم تعالج من قبل ، نجد

اليوم أن بعض الصحف العربية قد خصصت صفحات للبيئة ، وازداد اهتمامها بتغطية قضايا البيئة والتنمية المستدامة كما أن البيئة بدأت تدخل في النشرات الإخبارية لمحطات الإذاعة والتلفزيون العربية، الأرضية بينها والفضائية، وفي بعض البرامج الحوارية والتحقيقات، التي غالباً ما تكون رد فعل على حدث عالمي لكن معالجة الإعلام العربي لمواضيع البيئة تفتقر إلى المتابعة وتتسم بمحتوى إخباري آني بعيد عن التحليل والمعلومات الدقيقة وهذا لا يساعد كثيراً في تعميم التوعية بأمور البيئة.

ولئن كان ورود كلمة "بيئة" تزايد آلاف المرات في وسائل الإعلام العربية خلال السنوات العشر الأخيرة، الا أن طريقة التصدي لهذا الموضوع بقيت في معظم الحالات مرتبطة بالخبر وردود الفعل الآنية على تطورات دولية وكوارث وقد ساهمت المؤتمرات الدولية الكبرى حول البيئة والتنمية، منذ قمة الأرض عام 1992 ومشاركة الدول العربية فيها وتوقيعها على معظم المعاهدات البيئية الدولية التي تمخضت عنها، بتوسع وسائل الاعلام العربية في الكلام عن الموضوع لكن هذا انحصر غالباً بصيغة نقل الخبر عن الوكالات الأجنبية، أو بالبيانات عن مشاركة الوفود الرسمية ويلاحظ أن معظم وسائل الإعلام العربية تكتفي بنقل الكلمات الافتتاحية العامة للمسئولين السياسيين في المؤتمرات والاجتماعات البيئية ، وتهمل ما يقوله الخبراء ، وهو لب الموضوع.

وقد وجدت دراسة عن التغطية الصحافية لمواضيع البيئة في البحرين أنه على الرغم من نشر الصحف البحرينية اليومية الست أكثر من 2000 موضوع عن البيئة المحلية عام 2004، فقد انحصر معظمها في نقل الأخبار والأحاديث وكان 4 في المائة منها فقط في نطاق التحقيقات والمقالات التحليلية والتعليقات.

ان ما وجدته هذه الدراسة من البحرين ينطبق على جميع الدول العربية التي شملها استطلاع لمجلة "البيئة والتنمية"4 ، وإن كان لم يُحصِ المواضيع بالأرقام **وقد خرج الاستطلاع بالملاحظات التالية:**

1. اقل من عشرة في المائة من الصحافة العربية تخصص محرراً لشؤون البيئة والتنمية المستدامة والنسبة نفسها من الصحف تخصص صفحة أسبوعية أو دورية أو مساحة محددة لشؤون البيئة.

2. حتى الصحف التي تخصص صفحة دورية للبيئة، تلغيها عند ضغط الأحداث السياسية والاقتصادية والإعلانات، وغالباً ما تصدرها لفترة ثم تتوقف، إما نهائياً أو لتعود بعد شهور أو سنوات وهذا لا يمكن أن يحصل مع الصفحات الثابتة للسياسة والاقتصاد والرياضة والمجتمع مثلاً.

3. ترتبط كثير من صفحات البيئة في الصحافة العربية بدعم أجهزة البيئة الحكومية ، مما يفقدها الحيادية ويجعلها عاجزة عن توجيه النقد إلى هذه الأجهزة.

4. في ما عدا مجلة "البيئة والتنمية"، التي تصدر من بيروت من عام 1996، ليس هناك مجلة عربية إقليمية مختصة بموضوع البيئة ، توزع على نطاق واسع في العالم العربي ، ويمكن الحصول عليها من منافذ بيع الصحف الرئيسية الى جانب المجلات الأخرى مع الإشارة إلى أن هناك نحو خمسين مجلة ونشرة حول العالم العربي تحمل في عنوانها كلمة "بيئة"، لكن معظمها يصدر عن جمعيات وهيئات حكومية، وتبقى محدودة في محتواها وانتشارها وانتظام صدورها وحرفيّتها الصحافية.

5. ما تزال مصادر المعلومات المحلية الموثوقة عن قضايا البيئة ضعيفة أو معدومة لهذا تفتقر معظم المواضيع الصحافية البيئية إلى قوة المعلومات ، التي هي أساس الصحافة الحديثة.

6. نسبة مواضيع البيئة في البرامج الحوارية والتحقيقات على القنوات التلفزيونية العربية تقل عن واحد في المئة، في مقابل نحو 10 في المائة على المحطات الأوربية.

7. شهد عدد المواقع العربية على الانترنت توسعاً ملحوظاً خلال السنوات الخمس الأخيرة ، مع أنها لا تقارن بغيرها في الدول المتقدمة ومعظم دول العالم الثالث فقد بقي محتوى هذه المواقع ضئيلاً ، ومعلوماتها غالباً قديمة لا يتم تحديثها، ومعظمها غير موثقة ويصعب استخدامها كمرجع، حتى حين تكون تابعة لجهات حكومية وقد لاحظنا أن محتويات معظم مواقع الانترنت العربية عن البيئة تنشر كمواد أولية، بلا تدقيق وتحرير لكن في بعض مواقع الانترنت العربية هيكلية جيدة لمشروع قابل للتطوير وتبقى الملاحظة الأساسية افتقار هذه المواقع إلى التفاعل مع الجمهور وقلة المستخدمين ، إذ أن التعليقات على موادها شبه معدومة.

8. العناوين البيئية التي حظيت بالاهتمام الأكبر في وسائل الإعلام العربية عامة، وقد شملت الطبيعة والحياة الفطرية، النفايات الصلبة والصحة البيئية، تلوث البحار والكوارث التلوث الصناعي والتصحر حظيا بأولوية في الإعلام الجزائري وحظي موضوع المياه بأولوية في سلطنة عُمان والأردن وكان لافتاً شبه إهمال لمواضيع مثل تلوث الهواء ، إلا في حالات الكوارث، وترشيد استهلاك الطاقة ، واستخدامات الأراضي ، وتنظيم المدن.

9. تزامن صدور التقرير الرابع من الهيئة الدولية لتغير المناخ مع حصول كوارث طبيعية وتقلبات حادة في الطقس في مناطق عربية عدة، أدى الى زيادة اهتمام وسائل الإعلام العربية بقضية تغير المناخ خلال عام 2007 وتضاعف هذا الاهتمام مع إعصار جونو الذي ضرب عُمان في منتصف السنة ، وفيضانات موريتانيا التي تلته.

لا يمكن تحميل وسائل الإعلام وحدها مسؤولية التقصير في إنتاج إعلام يتصدى لقضايا البيئة والتنمية المستدامة بفعالية فهذه مرتبطة بحلقات ثلاث، هي:

- دول لديها خطط تنموية وبرامج بيئية.
- قاعدة من البحوث البيئية العلمية.
- جمهور واسع من ملايين المواطنين الذين يحتاجون إلى المعرفة البيئية والانخراط في العمل البيئي والتنموي.

الإعلام البيئي الانمائي يربط هذه الحلقات الثلاث، وهو لا يخبر عنها فقط بل يساهم في دعمها وتقويتها ثم أن الإعلام البيئي لا يمكن أن يكون صنفاً قائماً في ذاته يحتمل الهواية، بل هو إعلام محترف تنطبق عليه أساساً الشروط الدقيقة للإعلام.

الإعلام الحديث ينطلق من الجمهور ويتوجه إليه، ويعتمد في استمراره على النجاح في استقطاب الجمهور والحصول على دعمه، وإلا لفظته آليات السوق نحن في بداية الطريق فهناك اعتراف بأهمية البيئة من أجل التنمية وهناك اهتمام واضح بمواضيع البيئة في وسائل الإعلام، يعبر عنه تزايد الحديث عن

عناوينها المطلوب تحويل العناوين إلى مواضيع جدية وتحويل صحافة البيئة إلى احتراف.

إعلام البيئة في الدول العربية

نستعرض هنا وضع الإعلام البيئي في الصحافة العربية المكتوبة، مع إشارات إلى البرامج المخصصة للبيئة في الإذاعة والتلفزيون، وذلك على المستوى الوطني في الدول العربية وسنحاول استعراض الوضع على نحو موضوعي، عن طريق وصف المقاربة الإعلامية لمواضيع البيئة في 15 بلداً أمكن فيها رصد متابعات إعلامية بيئية على مستوى الصحافة المنتشرة في الأسواق، مع إشارات سريعة إلى تناول البيئة في المطبوعات الدورية المحدودة الانتشار وفي وسائل الإعلام المرئية والمسموعة.

تكاد البيئة تكون موضوعاً يومياً في وسائل الإعلام الإماراتية، وإن كانت معظم المواضيع ترتبط بمناسبات ونشاطات للهيئات البيئية المتنوعة ولا شك أن الاهتمام بالبيئة والطبيعة في صحافة الإمارات العربية المتحدة يحمل بصمة رئيس الدولة الراحل الشيخ زايد بن سلطان آل نهيان، الذي كان يعشق الطبيعة ويملك نظرة متطورة إلى العلاقة بين البيئة والتنمية

الصحافة اليومية الأكثر انتشاراً في الإمارات تنقل أخباراً عن مواضيع بيئية في صفحاتها المحلية، وإن كانت جريدة "الخليج" هي الوحيدة التي تخصص صفحة أسبوعية للبيئة وعلى الرغم من الكلام اليومي عن مواضيع البيئة في الإعلام الإماراتي، فهو يبقى في معظمه على شكل أخبار وبيانات عن نشاطات وبرامج، ويفتقر عموماً إلى المقالات التحليلية، خاصة في ما يتعلق بالأثر البيئي لبعض المشاريع العمرانية الكبرى وهناك ست مجلات ونشرات دورية ذات عناوين بيئية، تصدر عن هيئات وجمعيات.

تبرز في الإعلام البيئي السعودي صفحتان مخصصتان للموضوع تصدران في جريدتين يوميتين، واحدة أسبوعية في جريدة "الاقتصادية"، والثانية يومية في جريدة "عكاظ" وهناك مجلتان فصليتان تتناولان شؤون البيئة والطبيعة، تصدران عن هيئتين حكوميتين وتخلو البرامج التلفزيونية والإذاعية من حلقات بيئية خاصة، ما عدا التغطية العادية لأخبار البيئة العالمية والنشاطات والبيانات السعودية الرسمية، التي تنقلها وسائل الإعلام السعودية المرئية والمسموعة والمقروءة، عن وكالة الأنباء السعودية في معظم الحالات ويتوسع نطاق التغطية خلال المؤتمرات والمناسبات المعنية بمواضيع البيئة والتنمية.

وقد ازداد الحديث عن موضوع البيئة في الصحافة الكويتية منذ منتصف التسعينات، حين بدأ الاهتمام بالآثار البيئية المتواصلة التي تسبّب فيها الاجتياح العراقي والحرب التي تلته في الفترة الأولى تركّز انتباه الإعلام على تلوث الهواء نتيجة حرائق آبار البترول وتلوث البحر والشواطئ بسبب التسربات النفطية

لكن مشكلة التلوث الإشعاعي باليورانيوم المستنفد بقيت غائبة عن الإعلام الكويتي حتى بعد عام 2000، عندما انطلق إلى العلن الحديث عن الأخطار الإشعاعية في منطقة البلقان، خاصة في محيط الآليات المصفحة المضروبة وتكاد النفايات وتلوث البحر والشواطئ والتلوث الصناعي تستقطب معظم المادة البيئية في الإعلام الكويتي جريدة "القبس" تنشر ملحقاً بيئياً أسبوعياً من صفحتين بعنوان "بيئتنا حياتنا." كما تنشر جريدة "الأنباء" صفحة بيئية بصورة متقطعة وفي ما عدا هاتين الصحيفتين، ليس في الصحف الكويتية الأخرى صفحات دورية للبيئة وليست هناك برامج بيئية ثابتة في التلفزيون والإذاعة

وتتميز وكالة الأنباء الكويتية (كونا) بإدخالها " الصحة والبيئة " كعنوان بين مواضيع البحث، يتم رفده بالأخبار على نحو مستمر وهناك نحو

ست مجلات ونشرات ذات عناوين بيئية تصدرها هيئات حكومية وجمعيات كويتية، توزيعها محدود وتبرز في سلسلة "عالم المعرفة" الشهرية التي تصدرها الحكومة الكويتية عناوين بيئية هامة، خصوصاً ترجمات لتقارير من الأمم المتحدة حول البيئة والتنمية.

بين الصحف اليومية الست التي تصدر في البحرين، تخصص واحدة فقط صفحة أسبوعية للبيئة غير أن المواضيع البيئية، وخاصة الأخبار، تنشر باستمرار في الصحف البحرينية، وأحد الأسباب وجود المكتب الإقليمي لبرنامج الأمم المتحدة للبيئة في المنامة، ما يوفر مصدراً للأخبار البيئية.

قد تكون رسالة الماجستير التي قدمتها الباحثة مها محمود صباغ إلى برنامج الإدارة البيئية في جامعة الخليج العربي عام 2005، بعنوان " أولويات قضايا البيئة المحلية في الصحافة البحرينية "، الدراسة الموثقة الأولى من نوعها التي تبحث الاتجاهات البيئية في الصحافة العربية بتفصيل وتحليل علمي

وقد نشرت الصحف الست 2014 موضوعاً عام 2004 ذات ارتباط بالبيئة المحلية لكن التركيز يبقى على الأخبار، خاصة الاستقبالات والزيارات والمناسبات البيئية، وما يرد في بيانات إعلامية جاهزة، أكثر من اعتمادها على التحقيقات المعمقة والتعليقات والمقالات التحليلية وتبث الإذاعة البحرينية برنامجين أسبوعيين عن البيئة الأول بعنوان " البيئة والمجتمع "، والثاني عن "كائنات البحرين الفطرية ".

تحتل البيئة موقعاً مميزاً في وسائل الإعلام العُمانية، في انعكاس واضح للاهتمام الحكومي والحس الجماهيري وفي حين تخصص جريدة يومية واحدة من الجرائد الست التي تصدر في عُمان صفحة أسبوعية ثابتة للبيئة، فإن الموضوعات البيئية حاضرة بقوة في مضامين الصحف اليومية والدوريات الأخرى

سواء على مستوى القضايا والأخبار البيئية المحلية أو الإقليمية أو الدولية "عُمان". وهي أول جريدة حكومية تصدر في السلطنة، تنشر صفحة أسبوعية مختصة بالبيئة، بالتعاون مع وزارة البلديات الإقليمية والبيئة وموارد المياه ويعرض التلفزيون العُماني برنامجاً أسبوعياً بعنوان " معاً لحماية البيئة " ، بالتعاون مع الوزارة أيضاً وتبث الإذاعة العُمانية برنامجاً أسبوعياً بعنوان "البيئة والحياة".

في ما عدا برنامج "أنت والبيئة" الأسبوعي على الإذاعة القطرية ، تكاد وسائل الإعلام في قطر تخلو من صفحات وفقرات مخصصة للبيئة يُعدّ هذا البرنامجَ الإذاعي المجلسُ الأعلى للبيئة والمحميات الطبيعية بالتعاون مع إذاعة قطر، وهو يتضمن أخبار المجلس ونشاطاته، إلى جانب لقاءات وتحقيقات لمواضيع بيئية عامة وتغطية المناسبات البيئية وقد بدأت جريدة "الشرق" القطرية عام 1996 إصدار صفحة بيئية ، ما لبثت أن أوقفتها لكنها تابعت نشر مواضيع وتحقيقات بيئية مختارة في نطاق اتفاق التبادل الإعلامي القائم بينها وبين مجلة "البيئة والتنمية." وبين 1999 و2005، نشرت جريدة "الراية" صفحة بيئية أسبوعية.

في لبنان قد تكون "النهار" أول جريدة عربية خصصت صفحة يومية للبيئة ، وذلك منذ عام 1997، لكنها جمعتها مع التراث وغالباً ما تطغى مواضيع التراث والآثار على البيئة في هذه الصفحة، التي كان من الأفضل جمعها مع التنمية بدل التراث وتغيب الصفحة خلال الأحداث السياسية والأمنية الكبرى، لتخلي مكانها لما يعتبر أكثر آنيّة وإلحاحاً وقد خصصت جريدة "المستقبل" صفحة أسبوعية للبيئة منذ صدورها عام 1999 كما تنشر "السفير" صفحة بيئية أسبوعية، تجمع التحليل مع الخبر وتتميز بالمتابعة وقد قدم التلفزيون اللبناني لثلاثة مواسم (1997، 1998، 1999) برنامجاً أسبوعياً

من إعداد مجلة "البيئة والتنمية" بعنوان "نادي البيئة"، كان على شكل مجلة تلفزيونية من فقرات، ويستمر التلفزيون الحكومي في إعادة عرض الحلقات القديمة حتى اليوم

وفي مطلع 2008 بدأت محطة "أخبار المستقبل" بث برنامج أسبوعي بيئي بعنوان "أزرق أخضر" ومن أبرز البرامج الإذاعية المختصة بالتوعية البيئية "البيئة بيتك"، الذي تقدمه رفا مرعي أسبوعيا على "إذاعة النور" منذ عام 1997 وتبث إذاعة "صوت لبنان" الخاصة، منذ عام 2004، برنامجاً أسبوعياً لشكاوى الناس البيئية على الهواء مباشرة، التي يجيب عليها اختصاصيون وتحال الى المسئولين للمعالجة وتعد البرنامج خدمة الخط البيئي الساخن، "بيئة على الخط"، التي تديرها مجلة "البيئة والتنمية".

ومع أن مجلة "البيئة والتنمية" تتوجه إلى جمهور إقليمي في الدول العربية كافة، فإن صدورها من بيروت ووجود مكاتبها الرئيسية فيها ساهم في إطلاق نهضة بيئية واسعة النطاق في المدارس اللبنانية، التي تصل المجلة إلى مكتباتها في جميع المناطق، ويشارك طلابها في مسابقاتها البيئية وقد تم اختيار نصوص بيئية من المجلة عدة مرات لمسابقات التربية المدنية والأدب العربي في الامتحانات الرسمية للصفوف النهائية.

شهد الاهتمام بالإعلام البيئي في سورية تطوراً كبيراً منذ عام 2004 خاصة في مجال الصحافة المطبوعة والصحافة الالكترونية فخلال عامين فقط بدأ إصدار ثلاث مجلات بيئية مرخصة للقطاع الخاص، تبعتها في 2007 فصلية من وزارة الإدارة المحلية والبيئة لكن توزيع هذه المجلات يبقى محدوداً وهي تفتقر الى الاحتراف كما تميزت الصحافة الالكترونية في سورية من خلال موقع "أخبار البيئة".

وقد تكون جريدة "الثورة" السورية الوحيدة في العالم العربي التي نشرت سلسلة افتتاحيات على الصفحة الأولى عن مواضيع بيئية، كتبها نجيب صعب، لكنها توقفت لاحقاً جميع الصحف اليومية السورية تنشر حالياً صفحات بيئية أسبوعية أو نصف شهرية، يشرف عليها محرر مختص وتتميز وكالة الأنباء السورية (سانا) بتخصيصها مدخلاً خاصاً للبحث على موقع الانترنت بعنوان "البيئة"، لكن تجديد محتوياته يتم في فترات متباعدة ويبث التلفزيون السوري برنامجاً بيئياً أسبوعياً بعنوان "البيئة والإنسان".

التغطية الإعلامية التي تقدمها الصحف اليومية الرئيسية في الأردن تنشر عادة في مختلف الصفحات والأقسام وخلال السنوات الخمس الماضية، خصصت بعض الصحف اليومية، وخاصة "الدستور" و"العرب اليوم"، صفحات بيئية، لكنها ما لبثت أن أوقفتها لأسباب متعددة، منها اعتبار مسئولي الصحف أنها لا تستقطب ما يكفي من القراء والمعلنين بما يبرر تخصيص محرر خاص ومساحات دائمة لها وكان التلفزيون الأردني يقدم برنامجاً أسبوعياً حول البيئة حتى نهاية العام 2003، تم إيقافه ولم تعد الشؤون البيئية تظهر إلا ضمن تقارير متفرقة في البرامج المحلية أو مقابلات مع مسئولين بيئيين للتعليق على قضايا ذات حيوية إخبارية أما الإذاعة فهي تقدم برنامجاً بيئياً أسبوعياً يركز على القضايا المحلية وهناك مجموعة من الدوريات البيئية المختصة في الأردن، أهمها مجلة "الريم" التي تصدر عن الجمعية الملكية لحماية الطبيعة أربع مرات سنوياً ، وهي تركز على الطبيعة والتنوع الحيوي.

من المفارقات أنه خلال العقدين الأخيرين كانت الاهتمامات البيئية في صحف المعارضة العراقية التي تصدر في المنفى أكثر وضوحاً وتركيزاً من الصحف الصادرة داخل العراق ولم تقتصر الاهتمامات البيئية للصحافة العراقية "المهاجرة" على الكوارث البيئية التي وضعت مسؤوليتها على النظام السابق، مثل

تجفيف الأهوار والتلويث بالأسلحة الكيماوية، بل تعدّتها إلى طرح موضوع التلوث الإشعاعي باليورانيوم المستنفد خلال حرب عام 1991.

منذ 2003، شهد العراق طفرة في الصحف والفضائيات، حيث يصدر اليوم أكثر من ألف جريدة ومجلة إلى جانب نشرات الإذاعات والقنوات التلفزيونية كثير من وسائل الإعلام المكتوب هذه تتحدث عن مواضيع البيئة على مستويات مختلفة وقد خصصت صحف "السيادة" و"المشرق" و"الصباح" صفحات أسبوعية للبيئة ومن أبرز المواضيع التي تهتم بها تلوث المياه والهواء، تردي الأوضاع الصحية المرتبطة بالبيئة، النفايات، التلوث الإشعاعي وبدأت وزارة البيئة العراقية عام 2006 إصدار مجلة شهرية باسم "البيئة والحياة"، ذات محتوى جيد ومتنوع، وتتضمن أساساً أخبار الوزارة ونشاطاتها والمشاريع والبرامج الدولية وهي توزع على موظفي الوزارة ودوائرها في المحافظات.

يتركز الاهتمام البيئي في الإعلام اليمني على الصحافة المكتوبة فجريدة "الثورة" تنشر صفحة بيئية أسبوعية منذ عام 1994، تحولت عام 2000 إلى صفحة المياه والبيئة كما تنشر جريدة "14 أكتوبر" صفحة بيئية أسبوعية وتنشر مجلة "آدم وحواء" صفحة شهرية مخصصة للبيئة وعلى المستوى الحكومي، تصدر الهيئة العامة لحماية البيئة في اليمن مجلة فصلية باسم "البيئة" وهي تحوي مواضيع متنوعة، من مناسبات وتقارير وتحقيقات عن البرامج المحلية والمؤتمرات، إضافة إلى حوارات ودراسات.

أما التغطية الصحافية لمواضيع البيئة في مصر فتبقى مرتبطة على نحو شبه كامل بوزارة الدولة لشؤون البيئة، التي تقدم الدعم المادي والمواد الإعلامية إلى الصحف لذا فإن معظم المواضيع المنشورة تقتصر على أخبار الوزارة ونشاطاتها وبرامجها والمؤتمرات البيئية التي تنظمها أو تشارك فيها وهذا مؤشر

إيجابي في أحد وجوهه، اذ أنه ساهم في تعميم الحديث عن عناوين بيئية في وسائل الإعلام الجماهيري لكنه لا يكفي، لأن الإعلام يتجاوز نقل الخبر إلى التعليق والتحليل والاستقصاء وفي حين تنشر جميع الصحف المصرية اليومية الواسعة الانتشار أخباراً ومواضيع بيئية، تبقى صفحة البيئة الأسبوعية في "الأهرام" الأكثر انتظاماً كما تصدر صفحات بيئية دورية في "الجمهورية" و"الأخبار" و"المساء" وتنشر المجلات الأسبوعية تحقيقات بيئية متنوعة، تتميز غالباً بالطابع الوصفي واللافت أن صحف أحزاب المعارضة المصرية قد تكون الوحيدة التي تنشر على صفحاتها الأولى مواضيع متعلقة بقضايا ذات طابع بيئي، لكنها عادة في إطار "فضائح" ضد الحكومة، وفي طليعتها جريدة "الوفد"، الصادرة عن حزب "الوفد".

يقدّم التلفزيون المصري بعض البرامج البيئية المنوعة، التي تقوم أساساً على المقابلات، منها برنامج "بيئة نظيفة " الذي يعرض على القناة الثانية وبرنامج "المجلة البيئية " الذي تبثه القناة الثالثة وفي كثير من المحطات الإذاعية المصرية برامج بيئية ذات محتوى إخباري ويتميز برنامج "إنه عالم واحد" الذي تقدمه الدكتورة أميمة كامل أسبوعياً على القناة الثانية هذا البرنامج مستمر بلا انقطاع منذ عام 1992، وهو مستقل ويقدم عرضاً وتحليلاً لقضايا البيئة المحلية والعالمية، ويتجنب إعلام العلاقات العامة لذا قد يكون أبرز عمل تلفزيوني بيئي عربي متواصل ولكن البرنامج بدأ يتوقف لفترات طويلة منذ نهاية عام 2007 وفي الإذاعة، يبرز برنامج "من أجل الحياة على الأرض " الذي تقدمه مي الشافعي على الإذاعة المصرية العامة، اذ انه يعالج قضايا بيئية أساسية ولا يكتفي بنقل الخبر .

شهد اهتمام وسائل الإعلام التونسية بموضوع البيئة نمواً ملحوظاً في السنوات الأخيرة ، خاصة منذ أن أصبحت تونس البلد الأول في العالم العربي

الذي دمج التنمية في اسم وزارة البيئة، فأصبحت "وزارة البيئة والتنمية المستديمة" التغطية الصحافية لمواضيع البيئة تعكس في معظمها نشاطات الوزارة وبرامجها، وهي تنشر على صورة أخبار وتحقيقات وملفات متنوعة وجريدة "الصحافة" اليومية هي الوحيدة التي تخصص صفحة دورية للبيئة، وإن كانت متقطعة وتخصص معظم محطات الإذاعة برامج أسبوعية ثابتة للبيئة وتعرض قناة تونس 7 التلفزيونية برنامجاً أسبوعياً علمياً بعنوان "أسرار الطبيعة" وتعرض القناة 21 برنامجاً بيئياً أسبوعياً متنوعاً بعنوان "دائماً خضراء". وبالتعاون مع الوزارة، تبث وسائل الاعلام التونسية المرئية والمسموعة باستمرار فقرات قصيرة للتوعية حول مسائل بيئية محددة.

الصحيفة اليومية الوحيدة في الجزائر التي تخصص صفحة أسبوعية للبيئة هي "الصباح"، الحديثة النشأة والمحدودة التوزيع مواضيعها محلية وعالمية عامة، وهي تركز على المعلومات المبسطة الهادفة الى التوعية البيئية أما صفحة البيئة الأسبوعية، التي ظهرت لثلاث سنوات في جريدة "الشروق"، فقد توقفت على الرغم من أنها تطرقت خلال صدورها الى مواضيع هامة بدأت بالنفايات المنزلية والمياه القذرة والاعتداء على المساحات الخضراء، ووصلت إلى كشف بعض المخالفات البيئية الكبيرة ويبرز في الجزائر برنامجان إذاعيان بيئيان يبثان أسبوعياً.

من اللافت أن معظم الصحف المغربية التي تخصص صفحات للبيئة يتولاها محررون متخصصون هي باللغة الفرنسية فالأقسام والصفحات البيئية المتخصصة محصورة في جريدتين يوميتين بالفرنسية (L'Opinion, Le Matin du Sahara) ومجلتين أسبوعيتين (Tel Quel, Le Journal). مواضيع هذه الأقسام المتخصصة تتوزع بين المحلي والإقليمي والعالمي، وتتمحور أساساً حول قضايا الكوارث الطبيعية والنفايات وتلوث الهواء والمياه والشواطئ

ويتميز التلفزيون المغربي ببث فقرة مسائية قصيرة يومياً منذ عام 2005، عنوانها "قطرة ماء" وفي الإذاعة المغربية برنامج "قضايا بيئية" الاسبوعي.

البيئة في الإعلام الإقليمي :

بين وسائل الإعلام العربية التي تتوجه إلى جمهور إقليمي في كل البلدان العربية، إضافة إلى المتحدثين بالعربية في دول العالم الأخرى، تبرز ثلاث تجارب متميزة في الإعلام البيئي مجلة "البيئة والتنمية" الشهرية، وجريدة "الحياة" اليومية، وإذاعة "مونت كارلو" الدولية بالعربية.

"البيئة والتنمية" تصدر في بيروت منذ عام 1996، بمحتوى عربي وعالمي وتوزع في جميع الدول العربية عبر قنوات توزيع الصحف المحترفة، وعلى مشتركين ناطقين بالعربية حول العالم "البيئة والتنمية" عمل إعلامي مستقل يموّله الناشر والمعلنون والقراء لها مراسلون حول العالم العربي، وهي مرتبطة بمركز أبحاث بيئية خاص بها يرفدها بالمحتوى العلمي، ويصدرها فريق من الصحافيين المحترفين وبسبب عدم ارتباطها بمؤسسات حكومية ومنظمات حافظت المجلة على هامش كبير من الحرية، فطرحت المواضيع بجرأة وموضوعية واحتراف في آن معاً وهي المطبوعة العربية الوحيدة المختصة بالبيئة التي يتم تحريرها وإنتاجها وتوزيعها وفق المقاييس الصحافية المحترفة ، مما جعلها تحتل مركزاً متقدماً إلى جانب كبريات المطبوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية وشعارها "عنوان متخصص لجميع القراء " يعبّر عن سياستها التحريرية في تبسيط مواضيع البيئة للوصول إلى القارئ العادي، مع المحافظة على الرصانة العلمية.

جريدة "الحياة"، التي تصدر من لندن وتوزع في جميع انحاء العالم العربي وحول العالم، تنشر صفحة بيئية شهرية بالتعاون مع مجلة "البيئة والتنمية"

إضافة إلى تحقيقات بيئية دورية وتتميز هذه الصفحة بتنوع مواضيعها، من العمود التحليلي إلى التحقيق والمقابلة والخبر الموثق ومن أبرز حملات "الحياة". "البيئة والتنمية " التي أحدثت أثراً وفرضت اتخاذ إجراءات فعلية سلسلة التحقيقات عن اليورانيوم المستنفد هذه السلسلة ساهمت بشكل رئيسي في تبني وزارة البيئة العراقية الموضوع بجدية، فبدأ قياس الإشعاعات ونشرت النتائج وقدمت الطلبات بإجراءات تصحيحية كما كان لهذه الحملة أثر كبير في التوعية حول موضوع اليورانيوم المستنفد عبر العالم العربي، وفي دول الخليج خاصة.

إذاعة مونت كارلو الدولية التي تبث بالعربية من باريس إلى جميع أنحاء العالم العربي، تقدم برنامجاً بيئياً أسبوعياً بعنوان "بيتنا العالم "، من إعداد الإعلامي حسان التليلي هذا البرنامج المتواصل منذ عام 2003 يتم إعداده بصيغة مجلة مسموعة، فيحوي الأخبار والمقابلات والتحقيقات والتعليقات ويتميز بأنه يبث في حالات كثيرة من موقع الحدث البيئي.

وإذا كانت الفضائيات العربية لا تخصص برامج للبيئة على شبكاتها فبعضها يقدم مواضيع بيئية جادة، من ضمن برامج أخرى، بوتيرة متقطعة وتبرز في هذا الإطار قناة "الجزيرة"، حيث خصص أحمد منصور عدة حلقات من برنامجه الذائع "بلا حدود" لمواضيع بيئية خلال السنوات الثلاث الأخيرة ، كان معظمها بالتعاون مع مجلة "البيئة والتنمية" وهو كان من أوائل الذين طرحوا موضوع اليورانيوم المستنفد تلفزيونياً وقد أطلقت "الجزيرة" في نهاية 2006 فقرة بيئية بعنوان "من أجل بيئة نظيفة "، تقدمها روان الضامن، وهي سريعة ومباشرة.

أما قناة العربية فقد قدمت تحقيقات متنوعة عن مواضيع بيئية ، كان أبرزها ما أعدته ميسون عزام ضمن برنامج "مشاهد وآراء" في (أغسطس) 2006 عن اليورانيوم المستنفد وكان هذا من أفضل التحقيقات وأكثرها دقة وشمولية عن الموضوع.

وبدأ في تشرين الثاني (أكتوبر) 2006 البث التجريبي لقناة فضائية باسم "بيئتي"، بإشراف الرئاسة العامة للأرصاد وحماية البيئة في السعودية لكن بعد سنة على إطلاقها، ما زالت المحطة تفتقر الى شبكة برامج ثابتة، ومعظم فقراتها مشاهد مصورة عن الطبيعة والمحميات، تُبث غالباً بلا تعليق لكنها تبقى تجربة فريدة واعدة، يتطلب نجاحها في الوصول الى جمهور واسع إعداد برامج قوية احترافية تشدّ المشاهد.

البيئة العربية على الانترنت

تبذل بعض الدول العربية جهداً كبيراً كي تدخل عصر تكنولوجيا المعلومات إلا أن أنماط استخدام الإنترنت في العالم العربي ما تزال تقوم على الرغبات الاستهلاكية أكثر من استثمارها كمصدر لإنتاج المعرفة وتخزينها ونشرها وتقدم تقارير التنمية الإنسانية العربية، التي أعدها برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، الكثير من الحقائق المثيرة والمقلقة فإلى جانب الإشارة إلى أن نسبة مستخدمي الانترنت في المنطقة العربية هي بين الأدنى في العالم، ينبه التقرير إلى أن السياسات العربية التي تحاول التصدي لفجوة المعلومات تركز على البنية التحتية لقطاع الاتصالات، وتهمل المحتوى فمعظم المواد المتاحة على الانترنت هي باللغة الانكليزية التي لا تتقنها إلا نسبة صغيرة من السكان وقلة المواد المتوافرة بالعربية على الانترنت تحرم شريحة كبيرة من الجمهور المنافع المرجوة في عصر المعلومات.

ووفقاً لدراسة أجراها "مركز دراسات الاقتصاد الرقمي" (مدار)، فقد بلغ عدد مستخدمي الانترنت في العالم العربي في نهاية عام 2005 نحو 26 مليوناً أي ما نسبته 8.5 من السكان، مقارنة مع 14 على مستوى العالم. ووجدت دراسة "مدار" أنه في حين ارتفعت نسبة مستخدمي الانترنت في دول الخليج تتقدمها الإمارات، فهي ما زالت منخفضة إلى ما دون 6 في 12 دولة عربية

وتمثل هذه الأرقام بلا شك تقدماً كبيراً على ما ورد في تقرير "التنمية البشرية" لعام 2002، الذي وضع نسبة مستخدمي الانترنت العرب دون الواحد في المائة.

حجم المعلومات البيئية المفيدة لمتصفحي مواقع الإنترنت العربية ضئيل فمعظم المواقع التابعة لهيئات عربية رسمية وخاصة وأهلية هي باللغة الانكليزية، وغالباً ما تعتمد على تقديم معلومات ترويجية ودعائية للمؤسسة أو المنظمة صاحبة الموقع أكثر من تقديم خدمات معلوماتية وبحثية للمتصفحين بل يمكن القول إن معظم مواقع الإنترنت العربية المعنية بالبيئة هي مواقع ترويجية لاجتذاب المؤسسات الأجنبية المانحة غير أن هذه المواقع ضعيفة كأداة للعلاقات العامة أيضاً، في موازاة افتقارها إلى المعلومات فالعلاقات العامة الناجحة تقوم بدورها على المعلومات الموثوقة.

الحصول على معلومات حول البيئة العربية عبر الإنترنت ممكن عموماً لكنه يتطلب جهداً كبيراً وقدرة على معرفة المواقع الدولية التي تتضمن المعلومات المطلوبة، ومعظمها بالانكليزية وتبقى المشكلة ندرة البيانات الإحصائية الجديدة الموثوقة، التي هي إما غير موجودة أساساً وإما لا توجد مؤسسات تعمل على جمعها في صيغة صالحة للمقارنة، وهذا يسبق عملية عرضها على الانترنت ويترتّب على

شبكة الانترنت العربية الانتقال من الإشادة والترويج إلى المعلومات والتحليل، وإنشاء منابر للتفاعل والحوار.

خلاصة

قد يكون الإعلام البيئي صورة عن العمل البيئي العربي فهو يحتاج إلى تحديد المفهوم والإطار والهدف على وسائل الإعلام التي تتوخى معالجة موضوع البيئة تحديد مفهوم البيئة وهدف الإعلام البيئي في المقام الأول فالإعلام البيئي جزء من سياسة بيئية عامة، وليس مجرد أداة للإعلان عن سياسة بيئية جاهزة كما أنه يهدف الى تنمية الوعي البيئي لدى قطاعات المجتمع المختلفة، حتى تشارك بفاعلية في تطوير السياسات البيئية ومراقبتها ومراجعتها، ويهيئ الجمهور للمشاركة الايجابية في دعم تنفيذ السياسات والتدابير البيئية ومن ضمن الاهتمامات الرئيسية للإعلام البيئي إحداث تغيير سلوكي في مواقف الناس من البيئة، والتعامل مع موارد الطبيعة كسلعة ذات ثمن وليس كهبة مجانية.

ولئن كان الإعلام أداة رئيسية لتحقيق السياسة البيئية، فهو لا يكون فعالاً إلا بالتكامل مع الأدوات الأخرى، من تشريعات وقوانين وحوافز وروادع مالية فمجرد الإطلاع على المشكلة لا يؤدي دائماً الى استعداد الفرد للمشاركة في حلها بما قد يستتبعه هذا الحل من قيود إن نجاح التدابير البيئية على المستوى العام مرتبط بتناسق هذه الأدوات الثلاث ودعمها بعضها بعضاً في حلقة مترابطة فالإعلام قد يسهل مهمة إقناع الناس بالقوانين، كما قد تؤدي القوانين الى دفع الناس لتقبل الرسالة البيئية وتساهم الحوافز والروادع المالية في حصول تقبل أفضل للقوانين وتطبيقها بفعالية.

يهدف الإعلام البيئي أساساً إلى حفز الجمهور للمشاركة الفعالة في رعاية البيئة، من خلال دفع الناس إلى العمل الشخصي، وتشجيعهم على الحوار وإيصال آرائهم بقوة إلى المسئولين، فيكون لهم رأي مسموع يساهم في صنع القرار وهذا يستدعي إقامة حوار تصل من خلاله آراء الناس الى المسئولين، كما يوصل المسئولون الى الجمهور إيضاحات عن جدوى التدابير والإجراءات التي تتخذها الحكومات والهيئات الرسمية لحماية البيئة.

الإعلام البيئي يدفع الجمهور إلى الانخراط في عملية التخطيط واتخاذ القرار وتؤدي مشاركة الجمهور في الحوار البيئي الى تعميم الوعي للحفاظ على موارد الطبيعة، كما تعطي المسئولين صورة واضحة عن اهتمامات الرأي العام.

وتتعاطى السياسة الوطنية للإعلام البيئي مع الموضوع من أربعة منطلقات:

أولاً: الإعلام كوسيلة لإيصال الحقائق والمعلومات البيئية الموثوقة الى الجمهور، وأيضاً كوسيلة ينقل من خلالها الجمهور آراءه الى المسؤولين ويتحاور معهم الإعلام هنا أداة حوار مفتوحة ومشاركة في القرار.

ثانياً: الإعلام كوسيلة لإبلاغ الجمهور عن السياسات الحكومية وشرح المخططات والتدابير المتعلقة بالبيئة، لإعطاء الناس حقهم الطبيعي في حرية الوصول الى المعلومات وتأمين شفافية العمل الرسمي.

ثالثاً: الإعلام كأداة لإحداث تغيير في سلوك الناس وتعاملهم مع البيئة إما في إطار تصرفات شخصية طوعية، وإما في إطار تأمين الدعم لسياسات وتشريعات بيئية رسمية.

رابعاً: الإعلام كوسيلة للعلاقات العامة، إذ أن السياسة البيئية الحكومية لا يمكن أن تنجح من دون إقامة شبكة من العلاقات بين المسئولين عن السياسة

البيئية من جهة، والهيئات الأهلية والصناعيين والتجار والمهنيين والتربويين والمستهلكين وجميع الفئات الشعبية والرسمية من جهة أخرى.

تفتقر معظم وسائل الإعلام العربية الى محررين مختصين، في ما عدا التصنيفات التقليدية المحليات، الدوليات، الثقافة، الاقتصاد، الرياضة التحقيقات وفي حالات كثيرة، يُطلب من المحرر نفسه العمل لأكثر من قسم واحد فأين تقع شؤون البيئة والتنمية؟ قد نجد ما يتعلق بالبيئة في الأخبار المحلية، من مشروع طريق أو سد أو مصنع أو تشجير أو كارثة طبيعية لكن هذه كلها تكتفي بنقل الخبر وتفتقر إلى الاستقصاء والتحليل أما التحقيقات المحلية حول شؤون البيئة فغالباً ما تتركز حول موضوع مثل النفايات في الشوارع، وهو موضوع يسترعي الانتباه البصري المباشر، أو كارثة مثل تسرب نفطي أو اشتعال الآبار، وتهمل مسائل مهمة أخرى مثل أثر الصناعة في البيئة واستنزاف الموارد الطبيعية وتلوث المياه وتخريب الشواطئ وتضخم المدّ العمراني على نحو عشوائي هذه المسائل البيئية الأخرى المهمة، تكتفي وسائل الإعلام العربية بالنشر عنها حين تحصل على مواد جاهزة من منظمات دولية أو وكالات أنباء.

ليس المطلوب من الصحافي أن يكون عالماً وخبيراً في شؤون البيئة غير أنه من الضروري أن يلمّ بموضوعه بما يعينه على تحديد المصادر الصحيحة لجمع المعلومات ومن ثم عرضها وتحليلها وهنا تبرز أهمية التعاون بين الصحافة وخبراء البيئة العرب والمنظمات المحلية والإقليمية والدولية المعنية بالبيئة فالحاجة الأولى هي وجود محررين مختصين بشؤون البيئة وشؤون التنمية أو بالأمرين معاً والحاجة الثانية الملحّة هي إيجاد قنوات اتصال بين هؤلاء ومصادر المعلومات، من خبراء وهيئات حكومية ومنظمات.

إن من يتصدى للبيئة والتنمية في الإعلام، يجب أن يكون محرراً مختصاً يدعمه مركز معلومات في المؤسسة الإعلامية وخبراء مختصون في قطاعات المجتمع الأخرى. وتفتح له مؤسسات الحكومة مجال الوصول الى مصادر المعلومات، وتدعمه الهيئات المحلية والدولية المختصة بالمعلومات إن العبء الأساسي يقع على المحرر، الذي يجب أن يتمتع بالمعرفة والقدرة والنشاط ليستقصي مشاكل البيئة والتنمية ويعالجها من دون الاستناد كلياً إلى البلاغات الصادرة عن الهيئات الرسمية أو الى وسائل الإعلام الأجنبية.

هدف الإعلام البيئي توعية الجماهير وأصحاب القرار على أهمية الحفاظ على البيئة الطبيعية وإدارة مواردها بتوازن، من خلال تعامُل الأفراد والمجموعات الشخصي السليم مع المحيط الطبيعي، ودمج الاعتبار البيئي في خطط التنمية القومية غير أن القرارات الكبرى التي تحدد مصير البيئة هي تلك التي تبقى في يد السلطات المركزية من هنا، فإن هدف توعية الجماهير لا يتوقف عند حثهم على العمل الفردي، بل يتجاوز ذلك الى إعدادهم بالمعرفة والدافع لتشكيل رأي عام يحترم البيئة ويضغط على أصحاب القرار لاعتماد خطط تنمية متكاملة تأخذها في الاعتبار ومن مسؤوليات الإعلام البيئي أيضاً التوجه إلى المسئولين ومتخذي القرار لمدهم بالمعلومات والآراء والتحليلات الدقيقة عن الأوضاع والخيارات البيئية المتاحة.

ولئن كان للمنظمات الإقليمية والدولية والحكومات دور رئيسي تتولاّه لدعم الإعلام البيئي العربي، فالحق أن المسؤولية الكبرى تقع على رجل الإعلام والمؤسسة الإعلامية ويبقى السؤال هل يمكن للإعلام أن يتكلم في فراغ، أم كجزء من اهتمام بيئي في جميع قطاعات المجتمع، العلمية والاقتصادية والسياسية والأهلية؟ هل يخترع الإعلام عملاً بيئياً أم يكتب عن عمل موجود؟ مهمته أن يكون جزءاً من نهضة بيئية علمية متكاملة، لا يمكن من دونها تحقيق تنمية مستدامة.

ترشيد استهلاك المياه فى دولة الكويت

نموذج تطبيقى

الماء عنصر أساسي من عناصر البيئة المهمة التي لا يمكن الاستغناء عنها فهو أساس حياة الكائنات الحية، قال تعالى " وجعلنا من الماء كل شيء حي" صدق الله العظيم

ولا يقتصر الماء على الحياة فقط، فالماء يدخل في معظم إن لم يكن كل الصناعات البشرية ويشكل الماء حوالي 70 من سطح الكره الأرضية، إلا أن نسبة المياه العذبة تشكل ٪3 فقط من إجمالي ماء العالم ومما يزيد الأمر سوءا هو تلوث جزء كبير من هذا الماء بشكل أصبح من المتعذر الاستفادة منه، وقد سعى الإنسان منذ القدم على مواجهة الحاجة المتزايدة للماء العذب، فتوجه إلى مصادرها الطبيعية من مياه الأمطار أو الجليد الذائب والمياه السطحية والتي تشمل البر ك والبحيرات والجداول والأنهار والترع وأخيرا المياه الجوفية وتشمل الينابيع والآبار، ونظرا لتزايد عدد السكان بشكل يصعب على مصادر المياه سد حاجتهم فإن الإنسان يجب أن يوجهه استهلاكه لهذا المصدر الهام للحياة.

يمثل موضوع ترشيد استهلاك الطاقة مكان الصدارة بين المواضيع التي تشغل اهتمام وزارة الكهرباء والماء وتحظى بالأولوية خصوصا بعد أن سجلت معدلات الاستهلاك زيادة كبيرة تصل إلى 11 %سنويا، إضافة إلى ارتفاع تكاليف الاستثمار والإنتاج والتشغيل والوقود، وعليه فقد وضعت برنامجا للحفاظ على الطاقة، وتبنت حملة الترشيد في أواخر عام 1993م وذلك نظرا لآثار الدمار الكبيرة التي تلت الاحتلال العراقي الغاشم لدولة الكويت، حيث تمثل ذلك في مقابلات وتصريحات صحفية من قبل مسئولين في وزارة الكهرباء والماء وإعلانات في

الصحف بالإضافة إلى مشاركة الوزارة في ندوات ومعارض كما تم توزيع العديد من اللوحات المعدنية الترشيدية في عدة مواقع في مناطق وشوارع دولة الكويت.

في عام 1997م كانت بداية حملة ترشيدية أوسع بشكل أنشطة إعلانية متنوعة مدعومة من قبل شركات ومؤسسات خاصة، حيث تمت المساهمة عن طريق تمويل أنشطة ترشيدية تتناسب مع احتياجات الوزارة ويشرف على تنفيذها قسم الترشيد في إدارة العلاقات العامة والإعلام، بالإضافة إلى حملات إعلانية تحملت تكاليفها وزارة الكهرباء والماء.

وسائل الإعلام:

الوسائل الإعلامية المستقلة والشفافة ضرورية لحياة أي مجتمع معاصر إذ للوسائل الإعلامية دور حسّاس تلعبه كعنصر أساسي في المجتمع المدني تكون هذه الوسائل، في المجتمعات الديموقراطية، حرة ولا تسيطر عليها الدولة وهذا يسمح بظهور آراء وأفكار ووجهات نظر متعددة يجري نشرها في ساحة الأفكار إن أفضل حماية ضد الأفكار التي تنشرها وسائل الإعلام ولا يوافق عليها بعض الناس هو نشر أكبر عدد من وجهات النظر بحرية، بدلاً من مراقبة أو إسكات الأصوات الإعلامية.

ويجب أن تضطلع وسائل الإعلام المستقلة، في الوقت نفسه، بمسؤولياتها الكبيرة بكل جدارة مثلها في ذلك مثل ما على الحكومات والمواطنين من مسؤوليات فعليها دعم وتقوية المعايير المهنية، والتشديد على تقارير تكون موثقة ومستندة إلى حقائق صادقة الحدوث وعليها التثقيف العام وليس فقط الدعوة للقضايا المختلفة والتعبئة حولها بشكل عاطفي انفعالي إن أفضل اختبار للحقيقة هو قدرة الفكر في أن يصبح مقبولاً لدى تنافسه في سوق الآراء

ومن أجل أن يُوصف أي مجتمع بأنه حقاً مجتمعاً ديمقراطياً ، عليه أن يؤمّن درجة عالية من الحماية للتعبير عن الفكر المنشور، إمّا بواسطة الصحف ، أو المجلات ، أو الكتب ، أو الكّراسات ، أو الأفلام السينمائية ، أو التلفزيون ، أو ما هو أكثر حداثة، الإنترنت.

فالإعلام الحرّ ، حتى ذلك الذى يتجاوز أحياناً حدود الذوق السليم ، هو ركناً أساسياً جداً للمحافظة على الديمقراطية وهو الضامن الأفضل للحرية لما يحققه من كسب فوائد الانتقاد المستمر، الذى يستطيع أن يلقى الضوء على نشاطات المجتمع خاصة الحكومية منها ولعل أفضل طريقة لتقييم الدور المعقد والمتغير لمفهوم وسائل الإعلام الحرة لا تأتى إلا بواسطة دراسة مثال للتطور المتدرج لتاريخ هذا المفهوم فى بنية سياسية، اجتماعية ، ثقافية معينة.

الإعلانات التلفزيونية:

إنتاج العديد من الإعلانات التلفزيونية تعرض في تلفزيون الكويت من خلال إدارة المنوعات، كما تم عرض عدد اثنين منها في شبكة كيوميديا وهي وسيلة عرض إعلانية على شاشات في الجمعيات التعاونية، وعرض بعض الإعلانات على شاشات دور السينما، وعلى شاشات أسطول طائرات الخطوط الجوية الكويتية.

كما تم الإعلان باللغتين العربية و الإنجليزية عبر القناة الأولى و الثانية حيث عرضت مخاطر ندرة المياه و شرحت المواقف التي تمر بها عملية تقطير المياه و التكلفة التي تتحملها الدولة من أجل تقطير المياه.

عرضت كيفية الاستعمال الأمثل للمياه، و صورت النصائح الترشيدية بشكل رسوم تعرض بالتلفزيون ليتم التأثير من خلالها على الطبقة التي تشاهد هذه البرامج و الشاشات.

فكان لها أثر كبير على المجتمع من حيث ترشيد استهلاك المياه، حيث بينت انخفاض في نسبة الإسراف، مما دل على أن الإعلانات التي تعرض كان لها أثر على المجتمع.

على مر السنين، وجدت الولايات المتحدة، مثلها مثل ديمقراطيات أخرى، أن مبادئها القانونية تتعرّض للقدم بسبب التغيّرات الثقافية والتكنولوجية وقد منحت المحاكم الأمريكية، بشكل عام، الحماية لوسائل الإعلام المطبوعة كالصحف والمجلات أكثر مما منحتها للوسائل الإذاعية مثل التلفزيون فعلى سبيل المثال، حكمت المحكمة العليا في أواخر الستينات من القرن الماضي على أن الأفراد لا يملكون حقاً دستورياً مطلقاً للاتصال عبر الوسائل الإذاعية لأن الذبذبات الصوتية المتوفرة لا تستطيع استيعاب كافة المتصلين .

خدم هذا الأساس المنطقي كقاعدة للقرارات القضائية التي تمنع منح "الوقت المتساوي" للمرشحين لمناصب حكومية للرد على بيانات أذاعها المرشحون الآخرون على شاشة التلفزيون لكن، على ضوء التوسع الحديث فى تكنولوجيا البث التلفزيونى وشبكة الإنترنت، يبدو أن المحاكم الأمريكية بدأت تتجه نحو وضع وسائل الإعلام الإذاعية على نفس المرتبة القانونية لوسائل الإعلام المطبوعة.

وباختصار شديد، يعكس تاريخ وسائل الإعلام الأمريكى التطور التدريجى فى إعادة تأويل مادتيّ حرية الكلام وحرية الصحافة الواردتين في التعديل الأول للدستور، وذلك من خلال تحدي أي محاولات لتقييد تغطيتها للأخبار السياسية والاجتماعية والثقافية وغيرها ومن خلال الجدل و الدفاع المستمر عن مبدأ "حق الشعب في أن يعرف " وهذا فى نظرنا هو ما يجب أن يؤخذ بالحسبان وكما أشرنا فإن الصحافة الحرة، حتى تلك التي تتجاوز أحياناً حدود الذوق السليم هي أساسية للمحافظة على الديمقراطية

فهذه الصحافة الحرة هي الضامن الأفضل للحرية، ويجب أن يكون المجتمع راغباً، فى إطار دستورى، بالتغاضي عن تجاوزاتها بغية كسب فوائد الانتقاد المستمر الذي يستطيع أن يلقي الضوء على نشاطات المجتمع والحكومة.

لا تشارك معظم الديمقراطيات الأخرى الولايات المتحدة في نفس الحماس لقيام صحافة غير مقيدة، وبالفعل حتى المحاكم الأمريكية، رغم كونها تميل إلى منح وسائل الإعلام حرية أفضل بشكل تدريجي، لم تدعم دائماً الحرية الكاملة للتعبير بشكل مطلق لكن نعود إلى نقطة جوهرية أعلناها في بداية هذا المقال، ألا وهى من أجل أن يُعتبر مجتمع ما بأنه حقاً مجتمعاً ديمقراطياً، عليه أن يؤمّن درجة عالية من الحماية للتعبير عن الفكر المنشور وفي حين لم يتوصّل المجتمع الأمريكي حول هذه المسألة إلى الكمال، إلاّ أن تاريخه الدستورى ، على مدى أكثر من مائتى عام، يعكس ميلاً جلياً نحو زيادة تأييد وحماية التعبير الحرّ عن الأفكار المنشورة أو المعلنة.

إعلانات الصحف:

تم وضع إعلانات تتناول ترشيد استلاك كل من الكهرباء والماء في جميع الصحف الكويتية اليومية، الأمر الذي خلق في نفوس قراء هذه الصحف الدافع إلى التقنين في استهلاك المياه لتفادي الخطر الذي قد يواجهونه في المستقبل القريب.

حيث كانت الإعلانات تعرض بالصحف بصوره شبه يوميه و تعرض الصحف أيضا الإحصائيات و معدلات استهلاك المياه، كما بينت أهمية هذه المعضلة عن طريق نشر الإعلانات بالصفحة الأولى بالجريدة، كما أن تكرار هذه الإعلانات بين أن وزارة الكهرباء و الماء جادة في هذا الأمر.

فلولا أن نسبة قراء هذه الصحف كبيرة، لما تراجعت نسب استهلاك المياه ببعض مناطق الكويت، فكان أثر هذه الإعلانات واضح على أرباب الأسر و المقيمين و الطبقة العاملة.

فتعرض الصحف هذه الإعلانات من أجل التنبيه و تنوير الشعب بأهمية المياه، و التعريف بأن دولة الكويت تقع ضمن الأقاليم الصحراوية التي تتميز بندرة المياه، فدلت هذه الإحصائيات على وعي الشعب بأهمية وجدية الموضوع، كما تميزت إعلانات الصحف على قدرة المشاركة و الاستفسار من قبل الجمهور و إيضاح أي نقطة تحتاج إلى توضيح بعكس إعلانات التلفزيون التي لا يمكن المشاركة فيها و الاستفسار عنها و عن أسباب هذه المشكلة.

والصحافة في أدائها لوظائفها الاجتماعية تؤثر وتتأثر بطبيعة النظام الاقتصادي والسياسي في المجتمع وفيما لو أخذنا المجتمعات الغربية التي تأخذ بمفهوم الحرية تحديدا أو بمفهوم المسؤولية الاجتماعية لنظامها الإتصالي، فإننا بمنتهى البساطة نجزم بأنها تتميز بإعلام ليبرالي والعكس صحيح في حالة أخذ المجتمع بمفهوم السلطوية في أنظمته الاتصالية حيث نجد أن إعلامه يتسم بالتوجهات السلطوية عامة ولا نأتي بجديد عندما نقول بارتباط الإعلام بالنظام السياسي و الاقتصادي الاجتماعي في المجتمعات الحديثة، فالصحافة منذ أيامها الأولى ظلت بمثابة مرآه عاكسة لطبيعة النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره.

فالصحافة تعد مسئولة عن كافة أعمالها في المجتمع فهي ملزمة بالتنوير والتثقيف والحفاظ على استقرار قيم المجتمع فهي تؤثر عليه بدرجة كبيرة ومطالبة بمراقبة أجهزة الحياة الاجتماعية عامة لكونها صوت الجميع.

والصحافي يشبه إلى حد كبير الباحث الاجتماعي، إلا أنه كثيرا ما يختلف عنه بحكم حرفيات الصناعة هنا صحيح أن كليهما يعمل في مسرح

العلاقات الاجتماعية في كافة تشكلاتها على صعد السياسة والثقافة والاقتصاد إلا أن الصحافي في استقصاءاته وتحقيقاته وتحرياته في بطانة الاجتماعي تسيطر عليه قناعاته السياسية وتحول دون مكاشفاتها الحقيقة، أما عندما يعبر الصحافي عن رأيه في صحافة الرأي فإنه لا يبتعد كثيرا عن المحلل السياسي حيث تسيطر عليه رؤاه الأيديولوجية بشكل فعال.

فالصحافي في هذين الموقفين يعكس حالة التشابك الطبيعية فيما بين الموضوعية والقناعات السياسية والاعتقادات الخاصة في مجال العمل الصحفي هو لا هذين الجانبين في الممارسة العملية .

فهو على الرغم من حرصه على ألا تتشابك مواقفه واتجاهاته الخاصة مع القضايا والظواهر الاجتماعية تحت المعالجة الصحفية، إلا أن الواقع يكشف عن استحالة الوصول إلى الموضوعية الخالصة بشكلها التنظيري.

إن ما يجري في المجتمع الجماهيري من خضات و تماوجات للصناعة الصحافية يعد نموذجا جيدا من حيث فهم الدور الاجتماعي المؤثر للصحافة في حياة الجماهير ومؤسسات الدولة السياسية والاقتصادية ودعم استمرارها ضمن النظام الاجتماعي الكبير وإنما من جانب ما تتعرض له هذه الصناعة من تحولات في ظل سطوة الوسائط الإلكترونية و الكمبيوترية الراهنة.

1- إعلانات ترشيدية في المناطق المختلفة:

تم تركيب عدة لوحات إعلانية مضيئة في ش مناطق استثمارية . الإعلان على أعمدة الإنارة بالشوارع، وعند إشارات المرور وفي مواقف الباصات وإعلانات الطرق السريعة.

2- دول مجلس التعاون الخليجي:

باشرت دول مجلس التعاون بتنفيذ خطة إعلامية طويلة المدى، وذلك عن طريق الأمانة العامة لدول مجلس التعاون الخليجي وبالتنسيق مع مؤسسة الإنتاج للبرامج المشتركة.

3- إعلانات الباصات المتجولة:

تم تنسيق أكثر من حملة إعلانية باستخدام باصات شركة النقل العام الكويتية، حيث يتم تغطية شوارع الكويت من خلالها وذلك لتوصيل الرسائل الترشيدية بالوسائل الإعلانية الحديثة.

4- المعارض السنوية الخاصة بمجالي الكهرباء والماء:

شاركت الوزارة عن طريق الإدارات التابعة لها في العديد من المعارض المحلية وقامت إدارة العلاقات العامة والإعلام باستغلال هذه الفرص لتوعية زوار المعارض عن طريق أنشطة وخدمات وزارة الكهرباء والماء بالإضافة إلى نشر الوعي الترشيدي عن طريق توزيع المطبوعات الترشيدية المختلفة.

5- المطبوعات:

طباعة العديد من البوسترات الترشيدية، وتصميم بعض المطبوعات بتصاميم ترشيدية بها رسائل توعية منها ملصقات، كتيبات تلوين، أقلام، أجندة جدول مدرسي ..الخ

6- اجتماعات وزيارات ميدانية:

لمزيد من التنسيق والمحافظة على استمرارية حملة الترشيد، تم الاجتماع بالعديد من الجهات سواء حكومية أو خاصة وذلك لزيادة الأنشطة والفعاليات المشتركة بين هذه الجهات بالإضافة إلى زيادة الدعم المادي والمعنوي للوصول إلى ترشيد الاستهلاك.

7- اتحاد الجمعيات التعاونية:

بالتعاون مع اتحاد الجمعيات التعاونية تم طباعة تصميم ترشيدي على أكياس الجمعيات التعاونية.

8- صفحة الإنترنت:

تم إعداد موقع للوزارة على الإنترنت وتخصيص صفحات للترشيد تحتوي على معلومات ترشيدية.

9- أنشطة رياضية:

تقوم إدارة العلاقات العامة والإعلام بتنسيق بطولة كأس ترشيد استهلاك الكهرباء والماء لكرة القدم على ملعب البلدية حيث شاركت العديد من فرق الدوائر الحكومية.

تغيير استهلاك أفراد المجتمع إلى الاستهلاك الأمثل للكهرباء والماء

- التعرف على أمثل الطرق الاستهلاكية و فائدتها.
- نشر الوعي العام لفائدة الترشيد.
- إيجاد الوعي حول دور و أهمية استخدام الطرق الترشيدية.
- غرس مبدأ الترشيد كمفهوم وطني لدى المواطنين والمقيمين.
- إبراز التأثير السلبي للإسراف بالاستهلاك وأثره في الحد من موارد البلاد.
- تبني الأفكار الجديدة ودمجها بالقديم لتأصيل ترشيد الاستهلاك.
- وضع تصور عملي قابل للتنفيذ حول أفضل الطرق الترشيدية.
- تصميم شعار للحملة.
- الإعلان ببدء الحملة خلال مؤتمر صحفي.
- توزيع نشرات إخبارية دورية حول الحملة وأنشطتها.
- عمل لوحات إعلانية للحملة.
- إقامة محاضرات وندوات تثقيفية.
- عمل موقع بالإنترنت خاص بالحملة.
- قياس مدى نجاح الحملة كل ثلاثة أشهر.
- أنشطة رياضية.
- مسابقات ترشيدية.

لتنفيذ المشروع الوطني لحملة الترشيد يجب مشاركة كل الجهات ذات الاختصاص التي تساعد على توصيل الرسالة المطلوبة

بدأت الحملة مع بداية عام 2003، وكان مدتها تمتد على مدى ثلاثة سنوات متتالية تحمل شعارات موحدا يتكرر على مدار هذه السنوات ليلتصق في ذهن

المتلقي. وفيما يلي ملخص للأنشطة التي كانت ضمن حملة ترشيد استهلاك الكهرباء والماء.

1- اختيار شعار مناسب للحملة

يتم اختيار شعار جديد يرسخ مفهوم الترشيد على أسس دينية وأخلاقية معا، ومن ثم البدء في إعلان الحملة في مؤتمر صحفي لاحق.

2- مسابقة سنوية لأفضل اختراع

تعتمد هذه المسابقات على المساهمة في تشجيع المواهب عن طريق عمل مسابقة سنوية لأفضل فكرتين تساهمان في ترشيد استهلاك الكهرباء والماء، على أن يترافق إعلان نتائج هذه المسابقة مع احتفالات الكويت بمناسبة العيد الوطني وعيد تحرير دولة الكويت.

3- محاضرات نصف سنوية

يقوم عدد من المحاضرين بشرح مشاريع خاصة بهم وعمل محاضرات تثقيفية للعامة في أماكن مختلفة من دولة الكويت حول الاستهلاك المتزايد للكهرباء والماء، تتزامن مع بداية فصل الصيف في أوائل شهر إبريل وأوائل شهر اكتوبر من كل عام بحيث يوفد من خارج أو داخل دولة الكويت محاضرين أو باحثين في هذه المجالات بالتعاون مع النادي العلمي، جمعية المهندسين، مؤسسة الكويت للتقدم العلمي، مركز تنمية مصادر المياه التابع لوزارة الكهرباء والماء.

4- معارض سنوية

يترافق مع المنتدى السنوي معرض خاص يتم دعوة جميع وزارات وهيئات الكهرباء والماء في مجلس التعاون الخليجي بالإضافة إلى الشركات العاملة ضمن

نطاق البترول لكي يتم عرض كل ما هو جديد في مجال توفير الطاقة والمياه بالإضافة إلى معروضاتهم الخاصة بطرق توليد الكهرباء والماء وكيفية التعامل مع البيئة، خاصة أن دول مجلس التعاون تستقي الكهرباء من مياه الخليج العربي واستغلال النفط وكلاهما يعتبران من ثروات دول المنطقة.

5- دعايات ترشيدية إذاعية و تلفزيونية

يعتبر الجهاز الإعلامي أحد القنوات المهمة جدا للوصول إلى الجمهور في المنازل بأبسط السبل لذا يجب التركيز على ساعات البث التي تحظى بعدد أكبر من المشاهدة في تلفزيون دولة الكويت وأفضل ساعات البث الإذاعية، هذا فضلا عن شهر رمضان المبارك حيث يمكن تخصيص عدد من الحلقات الدينية التي تسبق الإفطار للبحث على عدم الإسراف ووضع الإعلانات الخاصة بالحملة في ساعات الذروة قبل وبعد الإفطار.

6- استغلال إعلانات باصات النقل العام

لقد قامت إدارة العلاقات العامة والإعلام باعتماد هذه الوسيلة في السابق ولاقت النجاح المرجو و إن تم التركيز في مجملها على أشهر الصيف فقط أما في هذه الحملة فيجب أن يطرح موضوع ترشيد الاستهلاك طوال العام مع تركيز الحملة في أشهر الصيف وزيادة عدد الباصات التي تحمل الشعار في هذه الفترة نظرا لأهميتها.

7- إعلانات في الجرائد اليومية والمجلات الأسبوعية

تبدأ الإعلانات منذ بداية الحملة بواقع إعلانين كل أسبوع لمدة شهرين في جرائد يومية مختلفة ثم إعلان واحد كل شهر في إحدى المجلات الكويتية الأسبوعية وإعلان أسبوعي في جرائد مختلفة.

8- طباعة شعارات الترشيد على تذاكر السفر

من منا من لم يحصل على تذكرة سفر ولو لمرة واحد خلال العام المنصرم؟ ناهيك عن كون فصل الصيف هو الأكثر بيعا للتذاكر و الأكثر استهلاكا للمياه والكهرباء لذا يمكن طباعة تذاكر سفر مطبوع عليها شعار الحملة.

9- الإعلان في دور السينما

كان لزاما على كل من يرغب في نشر فكرة يصبو لتوصيلها للجمهور أن يتوجه لأماكن تواجدهم، ومن هنا تعتبر دور العرض السينمائي من أكثر الأماكن تأثيرا على المتلقين نظرا للعامل النفسي والظروف الملائمة التي دعت الفرد للخروج من المنزل والتوجه للسينما مما يجعله جاهزا لتقبل أي فكرة تعرض عليه، لذا بالإمكان التباحث مع شركة السينما الوطنية الكويتية لاستغلال دور السينما خاصة في أوقات الأعياد والعطلات الرسمية.

10- استبيانات ربع سنوية تقوم بتقييم الحملة بشكل مستمر

خلال السنة الأولى يتم تقييم الحملة كل ثلاثة أشهر للوقوف على مدى نجاحها من خلال القيام باستبيانات للرأي على فئات مختلفة لمعرفة فاعلية الأفكار المطروحة ومدى وصولها للجماهير فضلا عن التقييم المستمر لتوقيت الأنشطة المقامة من أجل تلافي السلبيات في الأعوام اللاحقة.

11- عمل نموذج مصغر لمحطة تقطير للأطفال

عند مزج روح الإثارة واللعب بالتعليم يتمكن الطفل من التعلم بشكل سريع، لذا نرى أن تخصص قطعة أرض في مكان يرتاده الأطفال بأعداد كثيرة على مدار العام مثل حديقة الشعب أو المدينة الترفيهية أو موقع ملاصق للمركز العلمي التابع لمؤسسة الكويت للتقدم العلمي على شاطئ البحر، ويستمتع

الأطفال بطريقة توليد الطاقة من الداخل والخارج واستيعاب المجهود المبذول في مثل هذه العملية مع كون هذا النموذج محتوي على جميع إمكانات الأمن والسلامة للعب النموذجي حيث توكل أحد الشركات المتخصصة في مجال ألعاب الأطفال بإنجاز هذا المشروع.

12- انشطة رياضية مختلفة

نظرا لكون الرياضة واحدة من أهم الطرق التي يتم التوجه بها للشباب لذا يمكن وبالتعاون مع هيئة الشباب والرياضة والاتحادات الرياضية المختلفة كل حسب اللعبة المختارة مثل تنس أرضي ،سباحه ،قفز ،كرة سلة ،الخ أن تقام عدد من الدورات في الألعاب المذكورة على مستوى

الفصل التاسع

تفعيل الدور الإعلامى لإحداث التنمية

كيفية تفعيل دور وسائل الإعلام

في إحداث التنمية المستدامة

إن الهدف الحقيقي لبرامج التنمية المستدامة في المجتمعات النامية هو إحداث تغيير في اتجاهات الناس وفي البنية الطبيعية و إنشاء علاقات جديدة بينهم وبين الموارد الاقتصادية وإدخال الوسائل التكنولوجية الحديثة في الإنتاج وما يتبع ذلك من تغيرات لأساليب الإنتاج ولمفاهيم الثروة والدخل والاستهلاك مما يترتب عليه تغيير في التركيب الاجتماعي والعلاقات ومجموع القيم الاجتماعية وإدخال مفاهيم علمية جديدة في السلوك والعادات والخبرات التقليدية في مجالات العمل الجماعي والحياة السياسية والتعليم والادارة والصحة وغيرها.

وعملية التنمية عندما تتم لا تحدث دون مشاكل او معوقات وهذه المعوقات تتمثل في القيم والعادات السيئة المتوارثة وسيطرة العقلية التقليدية علي تفكير اغلب أبناء هذه الشعوب ، كما تعاني هذه الشعوب أيضا من مشكلات تتعلق بنظم التعليم فيها فالأمية سمة من السمات الرئيسية وهبوط المستوى التعليمي نتيجة كثرة الطلاب وقلة الخبرات العلمية والأجهزة وضيق القاعات مما أدى إلي تردي المستوى التعليمي وانخفاض القدرة الإبداعية واستمرار الاعتماد علي التكنولوجيا المستوردة ... هذا بالإضافة إلي المشكلات المرتبطة بوضع المر أة الاجتماعي وقلة إنتاجيتها والمشكلة السكانية والتي تتمثل ليس في مجرد ارتفاع الزيادة السكانية وإنما في عدم استثمار الطاقات البشرية الاستثمار الأمثل .هذه كلها مشاكل تتعلق ببرامج التنمية المستدامة ولا سبيل امثل لحلها سوى من

خلال إعلام مستنير وجاد يضع أصابعه علي مشاكل المجتمع ويعالجها العلاج الأمثل من ه ن جاءت أهمية الإعلام في تحقيق التنمية المنشودة.

- أن ترتبط خطة وسائل الإعلام ارتباطا عضويا بخطة التنمية إذ إن مقومات خطة التنمية هي نفسها مقومات خطة وسائل الإعلام.
- السعي إلى تقسيم خطة وسائل الإعلام في التنمية إلى قسمين الأول نسميه (بنائيا) والآخر نسميه (دفاعيا) ونبادر إلى القول بأن التسميتين مجازيتان. فالقسم الأول يتركز على بناء الإنسان والدعوة إلى قيم المجتمع الجديد، والقسم الثاني يتطلب الدفاع ضد هجوم وسائل الإعلام المضادة لإبطال مفعوله وكشفه وفضح أساليبه أمام الناس.
- أن نفهم وسائل الإعلام التي تخدم أهداف تنمية الواقع فهما موضوعيا والساحة التي تعمل فيها حتى لا تكون غريبة عنه فتفقد إحدى خصائصها المهمة.
- إن رجل الإعلام مطالب بأن يكون متسلحا في رؤيته للأهداف بالنظرة العلمية، فيرى الجزء دائما في إطار الكل ويستوعب قوانين الترابط.
- لما كان لكل وسيلة إعلامية قدرة على الإقناع تقل عن غيرها أو تزيد، فإنه ينبغي اختيار أنسب الوسائل الإعلامية لحث الناس على تقبل عمليات التنمية .

من أجل شراكة فعالة

بين المنظمات التنموية ووسائل الإعلام

المجتمع المدني هو المجال الذي يفصل بين السلطة والسوق من جهة والمجتمع من جهة ثانية فهو يحمي المجتمع من اتجاه السلطة للسيطرة عليه وللحد من الحريات العامة والخاصة التي يفترض ان يتمتع بها كل مواطن ، ومن اتجاه السوق للإطاحة بالحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية من خلال إطلاق العنان للأرباح عبر تحرير الاقتصاد والترويج للتبادل التجاري الحر

يتشكل المجتمع المدني من الحركات الاجتماعية والنقابات العمالية والمنظمات غير الحكومية هناك من يعتبر ان الإعلام هو جزء من المجتمع المدني من خلال دوره المفترض في صناعة الرأي العام وتوعيته للدفاع عن الديمقراطية وحقوق الإنسان وعن مصالحه الخاصة والعامة . ونظرا لتنوع مكونات المجتمع المدني، تختلف التوجهات والمصالح التي يعبر عنها قد تكون المحافظة على هذا التنوع مصدر غنى فيما لو اعتمد مبدأ احترام الرأي والرأي الأخر، واعتمدت الوسائل الديمقراطية في إدارته أما في حال غياب هذه المبادئ والوسائل فيتحول التنوع إلى نقمة وفي كل الأحوال، لا يغيب التنوع إلا في المجتمعات الشمولية التي تفتقد إلى ثقافة الديمقراطية.

ويلعب الإعلام دورا بارزا في التعبير عن هذا التنوع في المجتمع من خلال الحرص على الموضوعية والالتزام بالديمقراطية واحترام حرية التعبير كما يلعب دورا في التعبير عن الصراع بين المجتمع والسلطة وآليات السوق إلا أن السؤال الذي يطرح في هذا المجال هو ماذا لو كان الإعلام مملوكا من قبل السلطة أو من قبل أدوات السوق كما هي الحال غالبا؟ وكيف يكون الإعلام في

هذه الحالة منبرا للمجتمع المدني، يساهم في التعبير عن وجهة نظره بشكل موضوعي ومسئول؟ وكيف يمكن للمجتمع المدني ان يتحالف مع الإعلام في دفاعه عن الحقوق السياسية والمدنية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية ؟ وهل يوجد فعلا اعلام موضوعي ومستقل؟

الدور المفترض للإعلام إلى جانب المجتمع المدني

لقد بات المجتمع المدني أحد أدوات التغيير الفعلية والناشطة، بحيث لم يعد يقتصر دوره على تقديم الخدمات التنموية فحسب، لا بل أصبح ناشطا أساسيا في الدفاع عن الديمقراطية والحريات، وعن حقوق الإنسان من خلال المراقبة والرصد وتنظيم حملات المدافعة والمناصرة والدعوة للمشاركة في صنع الخيارات التي تؤثر في حياة المواطنين وبمعنى آخر، فان مهمة المجتمع المدني هي تمكين المجتمع من اجل الانتقال به من واقع الرعية الى المواطنة المشاركة

وبذلك، لم يعد كافيا مجرد التحدث وعرض الأهداف و الحقوق فحسب لا بل باتت مسألة التغيير ضرورية ينخرط فيها المجتمع المدني بكل مكوناته الاجتماعية والاقتصادية والثقافية بما فيه وسائل الإعلام ومما لاشك فيه أن للإعلام دور في التوعية والتعبئة والمتابعة والرصد لا بل في التنظيم كذلك

وفي مراحل التخطيط للحملات الميدانية التي تستهدف التغيير على مختلف مستوياته، تلحظ منظمات المجتمع المدني دورا بارزا للإعلام، وفق ما يطلق عليه اصطلاحا "الا ستراتيجية الإعلامية الفعالة وفي هذا السياق، ولكي يتمكن المجتمع المدني من الاستفادة القصوى من الإعلام، لا بد من الإجابة على تساؤلين اثنين:

- كيف ينشأ تحالف بين منظمات المجتمع المدني ووسائل الإعلام ، وكيف يتم التخطيط للحملة الإعلامية وبالتالي التوجه نحو وسائل الإعلام واستثارتها؟
- كيف يمكن لوسائل الإعلام أن تساهم إلى جانب مؤسسات المجتمع المدني في الحملات كشريك معني في عملية التغيير؟

العلاقة بين منظمات المجتمع المدني والإعلام

لإقامة علاقة متينة بين وسائل الإعلام والمجتمع المدني يجب ان تراعى المصالح المشتركة لكلا الطرفين وفي ذلك يجب ان تراعى مسألتان تؤخذان بعين الاعتبار:

المسألة الأولى هي سعي منظمات المجتمع المدني لتأمين التغطية الإعلامية للنشاطات والتحركات التي تقوم بها، وهو دور اقرب لان يكون إعلانيا فيساهم في الترويج للقضايا التي تعمل عليها وفي توعية الجمهور حولها.

أما المسألة الثانية فهي ان تنخرط وسائل الإعلام في الحملات ، وتتبناها كإحدى قضاياها الأساسية ، فتساهم في إثارة الرأي العام وتعبئته ، لا بل تساهم في صناعة رأي عام قادر على الاستجابة الى تحديات التغيير

إذن وللمساهمة في التقريب بين وسائل الإعلام والإعلاميين ومنظمات المجتمع المدني لا بد من تغيير وجهة الاهتمام لدى الإعلام فغالبا ما تستقطب الإعلام القصص المثيرة والقضايا التي تجذب المشاهدين ، أو الوجوه السياسية وممثلو الحكومات فيعطونهم الأولوية والاهتمام على حساب الأنشطة التي تنظمها منظمات المجتمع المدني وبالتالي على هذه الأخيرة أن تراعي قدر الامكان

هذه الحاجة التسويقية وتسعى الى توفيرها من غير أن يؤثر ذلك على مضمون الرسالة المطلوب إيصالها إلى المواطن

ومن ناحية ثانية ، لا بد من بناء الثقة بين الإعلام ومنظمات المجتمع المدني التي تشكك بكفاءات الإعلاميين وعدم إطلاعهم على الملفات بشكل كاف ودراستها بما يمكنهم من التعبير عنها بطريقة جيدة وبالمقابل ، يعتبر الإعلاميون أن منظمات المجتمع المدني لا توليهم الاهتمام الكافي ويتهمونها بحب الظهور وبمحاولة تلميع صورتها وبالوصولية والانحياز إلى جهاتها المانحة وفي هذا السياق، على وسائل الإعلام والإعلاميين ان يركزوا على مضمون الرسالة ويعملوا على إيصالها إلى المواطنين بأكثر الوسائل المهنية الممكنة بمعزل عن موقفهم

وفي كلتي الحالتين، هناك تواصل مفقود يتطلب جهودا متبادلة بحيث يعطي الإعلاميون الاهتمام الكافي لمثلي منظمات المجتمع المدني ولأنشطتهم وبرامجهم، في حين تولي الثانية اهتماما كافيا بالوسائل الإعلامية وتراعي ظروفها الإنتاجية وتحترم التوقيت الملائم في نشر وإيصال الخبر أو المعلومة والمطلوب في الحالتين التركيز على الرسالة والأهداف والإقلاع عن الاستخدام الإعلامي المسيء للإعلام وللمجتمع في آن

كيف يكون الإعلام تنمويا

يعبر الإعلام التنموي عن هموم الناس وتحدياتهم وهو بقدر ما يقترب من مشاكلهم بقدر ما يحظى بثقتهم وقبولهم وبالتالي تقع على عاتق الإعلام التنموي مسؤولية المشاركة في انضاج مفاهيم تنموية نابعة من التحديات المرتبطة بالمواطنين والابتعاد قدر المستطاع عن المفاهيم المستوردة ونشرها كما هي من دون تطويرها واغنائها لتصبح ملائمة للواقع المحلي وهو بذلك له وظائف متعددة، من سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية وبيئية تساهم في انفتاح

المجتمع على أفكار ومبادئ حديثة، كما تساهم في توعيته على مصالحه وحثه على الاجتهاد بحثا عن البدائل وتساعد التقنيات الحديثة على تنمية وتطوير هذا الدور وتحسين أدائه

إن الإعلام التنموي هو ذلك الذي يدعو الى التغيير من خلال التثقيف والتوعية، ومن خلال خطط وبرامج معدة بعناية وبتنسيق مع منظمات المجتمع المدني، ويعتمد على نقل المعلومة والخبر ونشر الآراء بشكل موضوعي، وإعداد التحاليل باختصار انه إعلام مسئول عن طرح القضايا وتوجيه الرسالة وتوضيح الأهداف، وهو مساءل من قبل المواطنين في آن

يعتمد الإعلام التنموي على مهنية عالية تتوفر لديها رؤية واستراتيجية تنموية وتفكير علمي وقدرة على استخدام التقنيات الحديثة إلا أن الإعلام التنموي يحتاج إلى الحرية والاستقلالية والتمتع بسلوكية مستقيمة تساهم في توعية المواطنين وتوفير المعلومات الموضوعية التي تساهم في تحديد الخيارات استنادا إلى مصالحهم

وقد لعب الإعلام في لبنان دورا كبيرا في محطات بارزة من تاريخ البلاد ، وفي مختلف المجالات ، وهو لا زال يلعب دورا كبيرا في التوعية وفي الدفاع عن الحريات إلا أن الإشكالية التي تواجهه تكمن في القيود القانونية التي تفرض لاسيما على الإعلام المرئي والمسموع ، ان من حيث شروط الترخيص او من حيث القيود على الممارسة ان هذا يحد من حريته ويجعل منه عرضة للملاحقة وبالتالي يتقلص دوره التنموي الفاعل ومن جهة ثانية، فان الترخيص للوسائل الإعلامية على أساس الحصص كما جرى في لبنان جعل من الإعلام إعلاما منقسما يفتقد الى الموضوعية

يمكن ان يبقى الإعلام موضوعيا بالرغم من عدم استقلاليته من خلال اعتماد الطرح المسئول والمحافظة على مستوى من المهنية واحترام الرأي الأخر وفسح المجال أمام الحوار الهادف والبناء هذا وتلتقي مصالح المجتمع المدني والإعلام في الدفاع عن الحريات والديمقراطية وحقوق الإنسان وفي المساهمة في عمليات التنمية إذ أنهما عرضة للضغوط ومحاولات الاستيعاب والإخضاع ، من خلال أساليب متعددة ، تبدأ بالضغط السياسي ولا تنتهي بالإغراء المالي فتبرز بالتالي ضرورة التعاون بينهما لمواجهة هذه التحديات وتحقيقا للأهداف المشتركة كما ان الدفاع عن الحريات والحقوق لاسيما حقوق الفئات الضعيفة والمهمشة هي أهداف مشتركة من هنا فان العلاقة بين الإعلام والمجتمع المدني هي حاجة موضوعية لا بد من تصويبها وتقويتها بحيث يأتي دور الإعلام مكملا ومساندا لدور المجتمع المدني من اجل الدفاع عن الحريات العامة والخاصة والتغيير وتعزيز المواطنة والعدالة الاجتماعية

الملاحق

جدول يبين بعض الأفلام العربية التي تناولت موضوعات المعاقين

اسم الفليم	اسم المخرج	سنة التقديم
ليلى في الظلام	توجو مزراحي	1944
اسير الظلام	عز الدين ذو الفقار	1947
شادية الوادي	يوسف وهبي	1947
خلود	عز الدين ذو الفقار	1948
فاعل خير	حلمي رفلة	1953
اقوى من الحب	عز الدين ذو الفقار	1954
انسان غلبان	حلمي رفلة	1954
حياة او موت	كمال الشيخ	1954
الحياة الحب	سيف الدين شوكت	1954
علشان عيونك	احمد بدرخان	1954
حب ودموع	كمال الشيخ	1955
نحن بشر	ابراهيم عمارة	1955

وداع في الفجر	حسن الامام	1956
الشموع السوداء	عز الدين ذو الفقار	1962
الوديعة	حسين حلمي المدرس	1965
قنديل ام هاشم	كمال عطية	1968
حتى اخر العمر	اشرف فهمي	1975
حبيبة غيري	احمد مظهر	1976
وداعا للعذاب	احمد يحيى	1981
ايوب	هاني لاشين	1984
جري الوحوش	علي عبد الخالق	1987
الا امي	عبد العليم زكي	1990
زوجة محرمة	احمد السبعاوي	1991
الكيت كات	داود عبد السيد	1991
الصرخة	محمد النجار	....
امير الظلام	رامي امام	2002

المصادر والمراجع

- محمد شومان أتطور فكرة القومية العربية في الصحافة المصرية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة 1990، ص 8.
- محمد السيد سعيد الإعلام وثقافة المجتمع المدني ، المؤتمر الثاني للتنظيمات الأهلية العربية ، القاهرة 17، - 19 مايو 1997 ، ص 31- 32.
- أماني قنديل حقوق الإنسان في وسائل الإعلام ، الدراسات الإعلامية يوليو – سبتمبر 1987 ص 30- 36 .
- فريدريك هـ جاوو تحليل جرامشي للتخصصات في علم الاجتماع المجلة الدولية للعلوم الاجتماعية مايو 1993 ص 151- 159 .
- هربرت شيللر المتلاعبون بالعقول " ترجمة عبد السلام رضوان -عالم المعرفة-العدد 193 يناير - 1995 ص 15- 16.
- نوريه علي أحمد وأخروّن المسألة السكانية في الجمهورية اليمنيّة صنعاء 1996م .
- محمد عبد الجبّار الصافة والمرأة والعنف (صحيفة اليمانية) العدد 59 نوفمبر 2001م .
- عواطف عبد الرحمّن الإعلام والمرأة المصرية في الريف والحضر، القاهرة، 1998م .
- عبد الرحمن عبد الوهاّب دور الإعلام في تعزيز حقوق الطفل مجلة الصحة النفسية ـ العدد 12 سبتمبر 1996م .

- "الاعلام العربي والبيئة" ، ورقة قدمها نجيب صعب عام 1987 في مؤتمر للمنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم عقد في تونس ، وذلك بتكليف من برنامج الأمم المتحدة للبيئة النص الكامل في كتاب "قضايا بيئية" لنجيب صعب، المنشورات التقنية، بيروت، 1997.
- نجيب صعب، "قضايا بيئية"، المنشورات التقنية، بيروت، 1997 من فصل "الجمهور ومصادر المعلومات"، ص 23 ـ 24.
- مها محمود صباغ ، "أولويات قضايا البيئة المحلية في الصحافة البحرينية " (دراسة ماجستير)، برنامج الادارة البيئية ، جامعة الخليج العربي في البحرين ، 2005.
- جمال محمد غيطاس ، "الاعلام العلمي العربي وقضايا التنمية. رؤية معلوماتية "، ورقة قدمت في مؤتمر مجلة "العربي" حول الاعلام العلمي، الكويت، كانون الأول (ديسمبر) 2005.
- " البيئة والتنمية "، العدد 9، ص 14 ـ 19، تشرين الثاني (نوفمبر) 1997 حديث خاص للشيخ زايد بن سلطان آل نهيان إلى نجيب صعب.
- من تقرير عن "الاعلام البيئي السعودي " أعده علي العنزي خصيصاً لهذه الدراسة ، الرياض 2006.
- من تقرير عن "الاعلام البيئي الكويتي " أعدته غادة فرحات خصيصاً لهذه الدراسة ، الكويت 2006.
- محاد بن أحمد المعشني ، "تاريخ الصحافة العمانية وواقع الاعلام البيئي"، تقرير غير منشور تم اعداده خصيصاً لهذه الدراسة ، مسقط 2006.

- " البيئة والتنمية "، العدد 15، تشرين الثاني (نوفمبر) 1998، ملحق البيئيون الصغار حلقات البرنامج متوافرة على سلسلة من أشرطة الفيديو، منشورات " البيئة والتنمية "، 1999 . 2000.
- من تقرير عن " الاعلام البيئي في سورية " أعده عبدالهادي النجار خصيصاً لهذه الدراسة، 2006.
- من تقرير عن " الاعلام البيئي في الأردن " أعده باتر محمد علي وردم خصيصاً لهذه الدراسة، 2006.
- صادق يحيى العصيمي، " الاعلام البيئي. المفهوم والأهمية "، مركز عبادي للدراسات والنشر، صنعاء، 2004.
- . د خالد غانم، " الاعلام البيئي في مصر "، تقرير غير منشور تم اعداده خصيصاً لهذه الدراسة، 2006.
- فتحي الحمروني، من تقرير غير منشور عن " الاعلام البيئي في تونس " تم اعداده لهذه الدراسة، 2006.
- فتيحة الشرع، " الاعلام البيئي الجزائري "، تقرير غير منشور تم اعداده خصيصاً لهذه الدراسة، 2006.
- " الاعلام البيئي في المغرب "، محمد التفراوتي، تقرير غير منشور أعد خصيصاً لهذه الدراسة، 2006.
- تقرير " الموت باليورانيوم المستنفد "، كاظم المقدادي، " البيئة والتنمية " العدد 103، ص 52 . 54، تشرين الأول (اكتوبر) 2006.

- تقرير " التنمية البشرية العربية "2002 ، برنامج الأمم المتحدة الانمائي 2002، وجريدة " الحياة "، محمد مغربي، صفحة علوم وتكنولوجيا .2006/9/24
- changing .. William A. Hatchen . The world new prism media of international communication-9 IWOA State University press 1995 pp. . 163-173." البرنامج العربي لنشطاء حقوق الإنسان ".